

**Osallistujaroolien kielellinen ja multimodaalinen rakentuminen
suomalaisten julkisuushenkilöiden twiiteissä**

Sofia Koivusalo
Tampereen yliopisto
Kieli-, käännös- ja kirjallisuustieteiden yksikkö
Suomen kielen tutkinto-ohjelma
Pro gradu -tutkielma
Maaliskuu 2016

Tässä työssä tutkitaan sitä, miten osallistujaroolit rakentuvat sosiaalisen median twiiteissä kielen tasolla ja multimodaalisessa aineksessa. Fokuksessa on sosiaalinen kanssakäyminen ja maailmaan osallistuminen kielen avulla, sillä kielellä ollaan vuorovaikutuksessa ja suhteessa toisiinsa, rakennetaan rooleja ja identiteettejä, asemoidaan itseä suhteessa toisiinsa ja ilmaistaan omaa suhtautumista. Työn teoreettinen tausta on systeemisen funktionaalinen, jonka mukaan tietyt merkitykset toteutuvat teksteissä tietynlaisina kielen ja multimodaalisen aineksen piirteinä, eli yksityiskohtaisina ja teksteistä osoitettavina elementteinä. Tutkimuskysymykset ovat: miten osallistujaroolit rakentuvat julkisuudenhenkilöiden twiiteissä eri piirteiden avulla, mikä on kunkin piirteen osuus ja merkitys osallistujaroolien kannalta ja millaisia rooleja aineistossa lopulta rakentuu. Tavoitteena on kyetä arvioimaan kunkin piirteen frekvenssiä sekä vaikutusta ja merkitystä osallistujaroolien rakentumiselle. Taustalla kulkee myös pohdiskelu siitä, voiko twiiteistä puhua tekstilajina, ja voisivatko tarkastellut piirteet osaltaan muodostaa tätä lajia. Tutkimuksen tarkoituksena on kartoittaa, millainen rakentuminen ja roolit ovat mahdollisia ja tämän työn tutkimusaineistossa toteutuneita.

Aineisto muodostuu kymmenen suomalaisen julkisuudenhenkilön peräkkäisistä twiiteistä, joita on yhteensä 400 kappaletta. Aineistoon on kerätty ainoastaan sellaiset twiitit, joissa on suomen kieltä ja jotka eivät ole edelleenvälitettyjä tai muutenkaan toisten kuin julkisuudenhenkilöiden itsensä kirjoittamia. Tutkimusmenetelmänä on poimia aineistosta tietyt piirteet, laskea niiden yleisyyttä määrällisten vertailujen aikaansaamiseksi ja arvioida sitten piirteitä ja niiden merkitystä laadullisesti.

Tutkimuksessa selkein osallistujaroolien jako muodostuu kirjoittajan, lukijan ja twiiteissä representoitujen osallistujien välille. Analyysin lopputuloksena twiiteille tunnistetaan neljä funktiota, joissa edeltävillä osallistujaroleilla ja tutkituilla piirteillä on erilaiset dynamiikat. Ensimmäinen funktio on tapahtuman tai tilanteen raportointi, jossa kirjoittaja on voinut olla osallisena, mutta jossa representoidut osallistujat saavat yleensä suurimman aseman narratiivin toimijoina. Toinen funktio hakee lukijan huomiota kirjoittajalle tai kohdistaa lukijan huomiota tärkeäksi koettuun asiaan. Tässä funktiossa puhutellaan lukijaa kaikkein suorimmin sekä saatetaan mainostaa, ohjeistaa ja suositella. Kolmas funktio on kirjoittajan kommentti tai kannanotto, joka on usein kiitos, kritiikki, tai vastaus Twitter-keskustelussa. Funktio painottuu kirjoittajan henkilökohtaiseen suhtautumisen ilmaisuun. Neljäs funktio rakentaa kirjoittajan *minää*, sillä tässä voidaan kertoa kuvauksia ja tarinoida hyvinkin henkilökohtaisesta elämästä ja kirjoittaja voi ilmaista suhtautumista omaan itseensä. Merkittävimpiä roolien rakentajia twiiteissä ovat monikäyttöiset käyttäjätunnukset, kuvat ja suhtautumisen ilmaukset, kun taas esimerkiksi verbien ja pronomien merkitys jää melko pieneksi. Eri twiittaajat käyttävät piirteitä eri tavoin ja tähän vaikuttaa twiittaajan julkinen ja ammatillinen rooli.

Avainsanat: osallistujaroolit, kielen piirteet, Twitter, intersubjektivisuus

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	4
2	TEKSTIT JA SYSTEEMIS-FUNKTIONAALINEN TEORIA	7
	2.1 Tekstit ja multimodaalisuus	7
	2.2 Tekstilajit ja yhteisöt niiden taustalla.....	10
	2.3 Systeemis-funktionaalinen teoria	15
	2.4 Interpersoonainen metafunktio	19
	2.5 Modaalisuus	22
3	TWITTER SOSIAALISEN MEDIAN KONTEKSTISSA.....	24
	3.1 Sosiaalinen media vuorovaikutusympäristönä.....	24
	3.2 Twitter palveluna	27
4	AINEISTO JA MENETELMÄT	36
	4.1 Aineisto, keruu ja tutkimusetiikka	36
	4.2 Analyysimenetelmät.....	40
5	OSALLISTUJAROOLIIEN RAKENTUMINEN TWIITEISSÄ	44
	5.1 Yleistä	44
	5.2 Kirjoittaja, lukija ja representoidut osallistujat	44
	5.3 Twiittien funktiot	48
	5.4 Osallistujaroolien rakentuminen piirteittäin.....	52
	5.4.1 Nimet, puhuttelu, referointi ja pronominit.....	52
	5.4.2 Multimodaalinen sisältö.....	59
	5.4.3 Verbit	68
	5.4.4 Modaaliset adjektiivit, adverbit ja partikkelit	71
	5.4.5 Suhtautuminen leksikaalisilla valinnoilla	73
6	LOPUKSI.....	76
	6.1 Analyysin yhteenveto.....	76
	6.2 Päättäntö.....	78
	LÄHTEET.....	81

KUVAT

KUVA 1	Ilosta itkevä emoji	10
KUVA 2	Twitterin julkaisutila ja esimerkkitwiitti	30
KUVA 3	Naistenpäivän onnittelut	48
KUVA 4	Kommentoitu sitaatti twiitissä	55
KUVA 5	Selfie-kuva twiitissä	62
KUVA 6	Tilannekuva twiitissä	63
KUVA 7	Sydän-emojit twiitissä	67
KUVA 8	Typografiaa twiiteissä	68

TAULUKOT

TAULUKKO 1	Roolien näkyminen twiiteissä	45
TAULUKKO 2	Käyttäjätunnuksen funktiot	53
TAULUKKO 3	Multimodaalinen sisältö	60

1 JOHDANTO

Ihminen ilmaisee itseään eri tavoin riippuen siitä, kenen kanssa ja missä tilanteessa hän kommunikoi. Sosiaalisessa mediassa ja julkisen avoimessa Twitterissä tekstien tulkitsijoina voi olla monia erilaisia yleisöjä aina perheenjäsenistä työnantajiin ja niin sanottuihin faneihin, joten kirjoittajan voi olla vaikea määritellä, kenelle hän kirjoittaa ja kohdistaa twiittinsä. Kuitenkin kirjoittajat tietoisesti tai tiedostamattaan asettuvat tietynlaisiin rooleihin, käyttävät tietynlaista kieltä ja kulttuurisia viittauksia, jotka heidän kuvittelemansa ideaalilukija ymmärtäisi ja tulkitsisi oikein. Kielelliset ja multimodaaliset valinnat paljastavat, millaisen lukijan kirjoittaja kuvittelee twiitilleen ja millainen on suhde kirjoittajan ja lukijan välillä. (Marwick & boyd: 2010.) Kommunikoidessaan ihminen siis käyttää ilmaisuja, jonka olettaa vastaanottajille ymmärrettäväksi. (Kress & van Leeuwen 1996: 11.)

Sosiaalista mediaa on pidetty avoimen osallistumisen ja tasapuolisuuden areenana, mutta miten ja kuinka paljon sosiaalisessa mediassa todella osallistutaan vuorovaikutukseen? Myers (2010b: 264) on todennut, että mikroblogi Twitteriä edeltäneissä blogeissa, ja yleisemminkin nykyajan vahvasti tekstualisoituneessa maailmassa, kirjoittajien äänet hukkuvat helposti lukemattomien muiden tekstien ja äänten joukkoon. Hukkumisen välttämiseksi ja omaa identiteettiä rakentaessaan kirjoittajat asemoivat itseään jatkuvasti suhteessa muihin, sillä identiteetit rakentuvat jatkuvassa vuorovaikutuksessa (Page 2012a: 16–17). Tilanne on hieman erilainen julkisuudenhenkilöillä, joille on jo rakentunut jonkinlainen julkinen identiteetti ja asema, jota sitten esimerkiksi Twitterin avulla voidaan edelleen kehittää ja ylläpitää. Julkisuudenhenkilöille sosiaalinen media tarjoaakin tilaisuuden saada lisää näkyvyyttä, olla helposti vuorovaikutuksessa fanien kanssa ja ylläpitää julkista ammatillista identiteettiä (Stever & Lawson 2013).

Twiitit ovat lyhyitä sosiaalisen median tekstejä ja osallistujaroolit ovat yksi näissä teksteissä mahdollisesti rakentuvista merkityksistä. Osallistujaroolit merkitsevät sitä, miten ihmiset toimivat suhteessa toisiinsa, miten he asemoivat itseään suhteessa muihin ja miten he ilmaisevat suhtautumistaan. Twitterissä on niin sanotusti kova ”interpersoonainen paine”, sillä ilman fyysistä kontaktia paralingvistiset keinot eivät ole tukemassa vuorovaikutusta, suhteiden rakentumista ja tulkintaa, ja koko viesti on mahdutettava hyvin pieneen tilaan ilman sosiaalisia vihjeitä (Zappavigna 2012: 11–12). Vuorovaikutuksen tukena ja täydentäjänä voidaan kuitenkin käyttää esimerkiksi multimodaalista sisältöä. Merkitykset rakentuvat muodon ja jäsenyyksen kautta ja muoto taas koostuu kielellisistä valinnoista, joita kirjoittajat ja puhujat tekevät mahdollisten valintojen verkostoista. Tämä ajattelu kuuluu työssä hyödyntämäni systeemis-funktionaaliseen teoriaan, ja twiittien osallistujaroleja tutkitaan teorian määrittelemän interpersoonaisen metafunktion kautta. Systeemis-funktionaalisen teorian mu-

kaisesti voidaan kysyä, missä määrin twiittien kielelliseen ja multimodaaliseen muotoon ja jäsennykseen vaikuttaa intersoonainen metafunktion, eli pyrkimys ylläpitää ja asemoida ihmisten välisiä rooleja ja vuorovaikutusta (Halliday 1973: 22). Intersoonaisen metafunktion katsotaan edustuvan teksteissä tiettyinä kielellisinä piirteinä, kuten puhutteluna, verbien persoonamuotoina ja suhtautumisen ilmauksina, joiden läsnäoloa, vaikutusta ja merkitystä tutkin suomalaisten julkisuushenkilöiden twiiteissä. Tästä muotoutuvat työni varsinaiset tutkimuskysymykset, jotka ovat:

- Miten osallistujaroolit rakentuvat julkisuushenkilöiden twiiteissä eri piirteiden eli kielenkäytön elementtien ja multimodaalisen aineksen avulla?
- Mikä on kunkin piirteen osuus ja merkitys osallistujaroolien kannalta?
- Millaisia rooleja aineistossa rakentuu?

Koska aineistoni koostuu tunnettujen julkisuushenkilöiden twiiteistä, myös heidän julkinen ja ammatillinen roolinsa merkitsee kielen tasolla muodostuvien roolien lisäksi. Hypoteesina on, että osallistujaroolit ovat twiiteissä merkityksellisiä ja pyrkimys intersoonaisuuteen on vaikuttanut twiittien muotoon, mutta tarkoitukseni on tutkia, miten ja kuinka paljon. Syvällisempänä pohdintana työn taustalla kulkee ajatus siitä, voiko twiiteistä puhua tekstilajina tai onko niiden tekstilajiuden arviointi edes tarpeellista. Onko tiettyjen piirteiden käyttö twiittien funktiossa tai funktioissa niin yleistä, vakiintunutta ja rakenteellisesti jäsennehtyä, että tuotetaan lajimerkityksiä, ja twiitit voisivat muodostaa tekstilajin? Aineiston ja työn rajallisuudesta johtuen tähän kysymykseen ei voida antaa yksiselitteistä ja varmaa vastausta, mutta voin esittää oman arvioni tämän tutkimuksen perusteella.

Twiiteissä rakentuvien osallistujaroolien tutkiminen on merkityksellistä, sillä kyseessä on melko uusi ympäristö ja multimodaalisuuden mahdollistava väline, jossa kielellisiä resursseja käytetään luomaan intersoonaisia merkityksiä. Uudet sovellukset ja multimodaalisuus muuttavat ihmisten tapaa kirjoittaa, ja aiemmin yksityiset tai pienen piirin näkemät tekstit saattavat nyt saada valtavia ja hyvinkin heterogeenisiä yleisöjä, minkä vuoksi tekstejä myös kirjoitetaan eri tavalla. (Barton & Lee 2013: 15.) Twitteriä ja julkisuushenkilöiden twiittejä on tutkittu, mutta nimenomaan suomen kielen ja kielenkäytön näkökulmasta tutkimusta ei juurikaan löydy. Niinpä tälle pro gradu -työlle on tutkimuskentällä varmasti tilaa, sillä sosiaalinen media uudistaa osaltaan kielenkäyttöä ja osallistumista rooleineen. Sosiaalisen median osallistavuuden korostaminen haastaa tutkimaan, miten osallistuminen, vuorovaikutus ja roolit todellisuudessa näkyvät kielen tasolla. Ovatko sosiaalisen median tekstit kielen tasolla vuorovaikutuksellisia ja jos ovat, millaisia rooleja niissä rakentuu? palvelun julkisuus ja monien yleisöjen sulautuminen yhdeksi suureksi joukoksi nostaa esiin mielenkiintoisen kysymyksen: miten rooleja esitetään, kun kuka tahansa saattaa nähdä twiitin, eikä kirjoittaja voi tietää kuka twiitin todella lukee? Vastausta etsitään tässä työssä kielen ja multimodaalisen sisällön piirteistä, joihin kirjoittajat koodaavat itseään ja lukijoitaan.

Työ on aineistopohjainen, sillä interpersoonaista metafunktiota tarkastellaan ensisijaisesti aineiston eli twiittien kannalta (Heikkinen, Lounela & Voutilainen 2012: 325). Tutkimuksessa yhdistyvät laadullinen ja tätä tukeva määrällinen ote, sillä ensin piirteitä luokitellaan kategorisesti, jotta saataisiin aikaan kvantitatiivisia havaintoja yleisimmistä piirteistä. Tämän jälkeen analysoidaan kvalitatiivisesti, millainen vaikutus interpersoonaisen merkityksen eli osallistujaroolien muodostumisessa tietyillä piirteillä on. (emt. 330–331.)

Työni rakentuu kuudesta pääluvusta. Toisessa luvussa määrittelen tutkimuskohteeni eli tekstit, sekä multimodaalisuuden ja verkkoympäristön vaikutuksen teksteihin. Lisäksi käsittelen ajatuksen tekstilajeista, jonka yksi soveltaja on hyödyntämäni systeemis-funktionaalinen teoria. Teoria kokonaisuudessaan on erittäin laaja, mutta keskityn analyysissä ainoastaan yhteen sen osaan, joka on interpersoonainen metafunktio. Kyseinen metafunktio voi toteutua teksteissä laajasti ymmärrettynä modaalisuutena, jota käsittelen myös omassa alaluvussaan. Kolmannessa luvussa kartoitan twiittien kontekstia lähtien liikkeelle sosiaalisesta mediasta vuorovaikutusympäristönä. Käsittelen sosiaaliselle medialle ominaisia piirteitä ja fokusoin sitten mikroblogin ja Twitterin kontekstiin. Esittelen Twitterin palveluna ja määrittelen, millaista vuorovaikutusta palvelussa voi olla. Neljännessä luvussa esittelen kymmenen julkisuudenhenkilön twiiteistä muodostuvan aineistoni ja perustelen, miksi ja miten olen valinnut aineistoni. Tämän jälkeen esittelen analyysimenetelmäni, joka tukeutuu toisessa luvussa esiteltyyn systeemis-funktionaaliseen teoriaan. Viides luku on analyysia, jossa ensimmäiseksi käsitellään twiiteissä muodostunut osallistujaroolien jako, joka kulkee taustalla myöhemmässä analyysissa. Seuraavaksi esitellään koko analyysin lopputuloksena esiin nousseet neljä twiittien funktiota. Tämän jälkeen on varsinainen piirreanalyysi, joka jakautuu alalukuihin piirteittäin. Kuudennessa luvussa esitän yhteenvedon analyysista ja pohdiskelen työtäni yleisesti päätännössä.

2 TEKSTIT JA SYSTEEMIS-FUNKTIONAALINEN TEORIA

2.1 Tekstit ja multimodaalisuus

Tutkimuskohteeni ovat twiittejä eli lyhyitä tekstejä, joten on tarpeen määritellä tarkemmin moniulotteista tekstin käsitettä. Tässä työssä teksti nähdään konkreettisena ja merkitseväna kielenkäytön toteutumana, jonka kyseistä kieltä osaava kykenee tulkitsemaan. Laajasti ymmärrettynä tekstejä ovat kaikki semioottiset eli merkitsevät objektit ja kulttuurituotteet kuvista rakennuksiin ja vaatteisiin, mutta kielitieteen alaan sijoittuvassa pro gradu -työssäni tutkimuksen kohteena ovat kielelliset, kirjoitetut tekstit, jotka voivat täydentyä multimodaalisilla aineksilla. Kielitieteessä teksti määritellään usein tiiviiksi ja sidosteiseksi muotojen ja merkitysten kokonaisuudeksi, joka on toimintaa, tekoja ja sosiaalista kanssakäymistä. Teksti on konkreettista kielenkäyttöä, joka syntyy ja tulkitaan tietyssä kontekstissa, mutta voi myös irrota tästä kontekstista. (Heikkinen 2012: 59–60, Barton & Lee 2013: 25–26.)

Tekstiä ajatellaan usein kokonaisuutena, sanaa ja lausetta suurempana kielenkäytön yksikönä, mutta toisaalta myös yksittäinen lauseke voi olla tekstiä. Jotta kielenkäyttöä voidaan kutsua tekstiksi, on sen oltava jollakin tasolla sidosteinen, minkä ansiosta teksti ei jää satunnaiseksi ilmausten joukoksi. Sidosteisuus syntyy koheesiosta, joka on sanastosta syntyvää aiheellista yhtenäisyyttä, sekä viittaussuhteilla ja konjunktioilla syntyvää rakenteellista yhtenäisyyttä. Toinen sidosteisuuden luoja on koherenssi, joka erityisesti laajemmissa teksteissä ilmenee eri jaksojen merkityksellisenä ja kytkennällisinä yhteyksinä. (Alho & Kauppinen 2009: 189–190, Heikkinen 2012: 63–64.) Kielitieteellisen lähtökohdan ja yhtenäisyyden vuoksi puhun työssäni systemaattisesti tekstien kirjoittajista ja lukijoista sekä kielenkäytöstä, vaikka työssäni näkyy muidenkin kuin kirjoitettujen tekstien olemassaolo ja muidenkin semioottisten systeemien käyttö. *Kirjoittaja* ja *lukija* ovat tärkeitä käsitteitä ja toimijoita, sillä teksti rakentuu tekstitason lisäksi kirjoittajan ja lukijan välisessä vuorovaikutuksessa, kuten vuorottelussa, yhteisesti jaetuissa merkityksissä, ilmausta tukevissa paralingvistisissä vihjeissä ja tulkinnassa. Teksti on sosiaalista toimintaa ja tekoja, minkä vuoksi tekstin konteksti on merkityksellinen, sillä teksti ei ole ympäröivästä maailmasta irrallinen, vaan se toimii aina jossakin tilanteessa (Halliday & Matthiessen 2014: 32, Mäntynen 2006: 49).

Tekstit ovat käytännössä aina moniäänisiä, sillä tekstien kirjoittamisessa, lukemisessa ja tulkinnassa ovat jatkuvasti läsnä kaikki muut tekstit, joihin uusi teksti on aina jossakin suhteessa (Bakhtin 1986: 76, Heikkinen, Lauerma & Tiililä 2012: 102). Moniäänisyys ei ole pelkästään eri tekstien sekoittumista, vaan myös eri näkökulmien aktivoitumista ja osallistujaroolien muuttumista esimer-

kiksi rekisterin, tyylin, tai puheessa prosodian vaihtuessa (Haakana & Kalliokoski 2005: 34). Moniäänisyyttä muodostavat selkeimmin referointi ja sitaatit, mutta myös sosiaaliset roolit, jotka vaikuttavat esimerkiksi siihen, kuinka kirjoittaja huomioi vastaanottajan. Tässä työssä *referointi* ymmärretään laajasti, eriasteisena puheen ja kirjoituksen esittämisenä omassa tekstissä, kun taas *sitaatti* on aina konkreettista lainaamista (Haakana & Kalliokoski 2005: 11). Suora esitys pyrkii antamaan autenttisen vaikutelman alkuperäisestä ilmauksesta, kun taas epäsuorempi esitys korostaa kertojan asemaa. Lainausmerkein merkitty sitaatti on yksi avoimen intertekstuaalisuuden muoto, sillä se on selvästi merkittyä toisen äänen lainausta tai aktivointia (Heikkinen, Lauerma & Tiililä 2012: 105). Lainausmerkeillä voidaan myös siirtää vastuuta tekstistä jollekin toiselle, sillä kirjoittaja osoittaa tekstin olevan joltakin muulta (Haakana & Kalliokoski 2005: 30).

Aineistoni koostuu twiiteistä, jotka ovat tekstejä, koska ne ovat konkreettisia ja merkitseviä kielenkäytön kokonaisuuksia konteksteissaan. On asia erikseen, ovatko ne hyviä tai onnistuneita tekstejä, mutta ne ovat tarkoituksella julkaistuja kokonaisuuksia, joilla voi olla erilaisia merkityksiä. Tarkemmin määriteltynä twiitit ovat verkkotekstejä. *Verkolla* tarkoitan internet-yhteyden avulla saavutettavaa loputtomien sivustojen ja tiedostojen kokonaisuutta, ja käsitteellä *verkkotekstit* viitataan kaikkiin verkkoyhteyksien avulla liikkuviin teksteihin ja tekstiperustaiseen kommunikaatioon (Barton & Lee 2013: 8). Verkkotekstit eivät ole yhtä muuttumattomia ja tiettyihin paikkoihin sidottuja kuin esimerkiksi painettu teksti, sillä verkkotekstejä voidaan helposti muokata, linkittää muualle ja niitä voidaan katsella hyvin erilaisilla laitteilla erilaisten suodattimien läpi. Internet ja verkkotekstit ovat moninaistaneet kielenkäytön tapoja ja ympäristöjä, sillä ihmiset viettävät nykyään huomattavasti aikaa erilaisten verkkotekstien parissa, kun uutiset ilmestyvät verkkoon nopeammin kuin painettuun lehteen, sähköposti ja pikaviestipalvelut välittävät kommunikaatiota, keskustelufoorumeilla kuka tahansa voi saada äänensä kuuluviin ja päiväkirjaa voi kirjoittaa verkkoon (Barton & Lee 2013: 20). Verkossa on useita tiloja, joihin on mahdollista kirjoittaa, ja näihin kirjoittavat myös ihmiset, jotka eivät verkon ulkopuolella ole juurikaan kirjoittaneet (Stever & Lawson 2013: 339). Tämän kaiken ovat mahdollistaneet kehittyneet teknologiat, jotka ovat tehneet verkkosisältöjen tuottamisesta huomattavan helppoa. Kuten Barton ja Lee toteavat useaan otteeseen teoksessaan *Language online. Investigating digital texts and practices* (2013), elämämme on entistä tekstikeskeisempää ja verkkoyhteyksillä on keskeinen osansa tässä kehityksessä.

Verkkotekstit kilpailevat vastaanottajien huomiosta ja lukijoista muita medioita enemmän, sillä useimmat verkkotekstit ovat ilmaisia ja vain parin klikkauksen päässä, joten huomiosta kilpailee loputon määrä helposti saatavilla olevaa materiaalia (Kortesuo 2012: 81). Tekstien runsaus aiheuttaa myös sen, että kohderyhmät eivät välttämättä löydä heille suunnattuja tekstejä ja toisaalta verkossa on paljon myös ei-kohdistettua viestintää (mts.). Todellinen lukija asemoi itseään jatkuvasti suhteessa tekstiin ja sen kirjoittajaan arvioiden, kuuluuko hän omasta mielestään kohderyhmään (Myers 2010a:

11). Kirjoittaja ei voi olettaa, että hänen tekstinsä saavuttaisi varmasti ja ainoastaan hänen tarkoittamansa kohderyhmän, joten läheskään kaikilla todellisilla lukijoilla ei ole kirjoittajan kanssa samoja tietoja tai ymmärrystä tekstin kontekstista (Scott 2015: 8). Jos teksti onnistuu saamaan lukijan huomion, lukija tulkitsee tekstissä rakentuvia merkityksiä tukenaan senhetkinen ymmärryksensä, kontekstivihjeet ja kirjoittajan implikoimat tai eksplikoimat vihjeet.

Kun puhutaan verkkoteksteistä, joudutaan hieman laajentamaan perinteisempiä tekstimääritelmiä. Vuorovaikutuksessa on tapana ilmaista esimerkiksi tunteita ja suhtautumista myös kielenulkoisin keinoin, kuten ilmeillä, eleillä ja prosodialla. Verkkovuorovaikutuksessa nämä resurssit ja kontekstin tarjoamat tulkintavihjeet eivät ole samalla tavoin käytettävissä kuin kasvokkain käydyssä vuorovaikutuksessa, ellei saatavilla ole reaaliaikaista videokuvaa tai ääniyhteyttä osallistujien välillä (Crystal 2011: 18). Osittain tämän vuoksi epämuodollisessa keskustelussa ja erityisesti pikaviestinnässä on kehittynyt erilaisia keinoja tukea kielellistä ilmaisua esimerkiksi jäljittelemällä naurua, käyttämällä huutoa merkitseviä suuraakkosia ja luomalla välimerkkien avulla ilmeitä ja eleitä jäljitteleviä hymiöitä. Muita verkkoteksteille ominaisia piirteitä ovat esimerkiksi lyhennykset, kuten *evvk* (ei voisi vähempää kiinnostaa) ja *lol* (laugh out loud), puheen jäljittely, kuten painotuksen osoittaminen venyttämällä sanoja (olen niiiiiin onnellinen) ja luova välimerkkien käyttö. (Page 2012a: 77, Barton & Lee 2013: 5.) Tekstit voivat olla epälineaarisia ja koostua multimodaalisista aineksista, eivätkä esimerkiksi vuoronvaihto, kirjoittaja ja lukija ole määriteltävissä samoin kuin verkon ulkopuolella (Barton & Lee 2013: 3, 17). Epälineaarisuus viittaa siihen, että tekstiä ja kokonaisia sivustoja voidaan helposti lukea toisenlaisessa järjestyksessä, kuin niiden luoja on tarkoittanut, ja lukija saattaa tupsahattaa yksittäisen tekstikatkelman pariin ilman minkäänlaista käsitystä sen kontekstista. Välilehdet, valikot ja lukemattomat mahdolliset tavat liikkua eri sivustojen ja verkkosisältöjen välillä luovat epälineaarisuutta, ja interaktiiviset kommenttikentät ja kyselyt lisäävät sekä vuorovaikutuksellisuutta että kirjoittajan ja lukijan roolien sekoittumista (Kortesuo 2012: 21). Teksti voi näyttäytyä eri vastaanottajille erilaisena, sillä joillakin sivustoilla lukijalla voi olla mahdollisuus muuttaa tekstin ja sen ympäristön ulkoasua haluamallaan tavalla, mitä verkkoyhteydessä usein kutsutaan personoinniksi (Barton & Lee 2013: 27). Useat henkilöt voivat muokata samoja tekstejä kuten Wikipedian artikkeleita, kommentin jättäneestä lukijasta voi tulla osa tekstikokonaisuuden kirjoittajia ja lukijaksi voi päätyä milloin tahansa kuka tahansa verkkoyhteyteen pääsevä (Myers 2010a: 22).

Verkkoteksteille ja yleisemminkin verkkosisällöille on ominaista multimodaalisuus tai multisemioottisuus, joka tarkoittaa eri moodien, kuten lingvistisen ja visuaalisen moodin yhdistymistä merkitysten tuottamisessa. Multimodaalinen teksti muodostuu siis useamman kuin yhden semioottisen systeemin yhteistyönä, vaikka voidaan tietysti kyseenalaistaa, onko olemassa ei-multimodaalista kirjallista tekstiä, jossa visuaalisuudella ei olisi mitään merkitystä. (Kress & van Leeuwen 1996: 183,

Halliday & Matthiessen 2014: 46, Mikkonen 2012: 296.) Morfeemien, sanojen, lauseiden ja kappa-leiden lisäksi multimodaalisen tekstin osina voi olla esimerkiksi kuvia, videoita, hyperlinkkejä, ää-nileikkeitä, animointeja, tunneikoneita ja emojiita. Nämä resurssit luovat osaltaan tekstien merkityk-siä, ja resurssien käyttö on vuorovaikutuksen kannalta merkittävää, sillä resurssit kertovat myös siitä, kuinka kirjoittaja asemoituu ja osallistuu suhteessa toisiin käyttäjiin (Barton & Lee 2013: 19). Vaikka fyysinen läsnäolo puuttuu verkkoteksteistä, esimerkiksi multimodaaliseen verkkotekstiin kuuluvassa kuvassa sosiaalisia merkityksiä voidaan ilmaista samoin kuin kasvokkaisessa vuorovaikutuksessa, jossa merkitseviä ovat ihmisten katseet, asennot ja läheisyys suhteessa muihin (Kress & van Leeuwen 1996: 121–127).

Sosiaalisia merkityksiä voidaan luoda myös jo esiin tulleilla hymiöillä, jotka tarkoittavat useimmiten omatoimisesti välimerkeillä luotuja ilmeitä, kun taas tunneikoneilla viitataan laajempaan kuvastoon ja myös valmiisiin pieniin kuviin. Hymiöt kertovat asennoitumisesta ja niillä voidaan tukea ilmaisua tai merkitä esimerkiksi ironinen kommentti (Myers 2010a: 99, Crystal 2011: 23). Edellä esiin nousivat myös emojiit, jotka ovat yleistyneet voimakkaasti vasta parin viime vuoden aikana. Emojiit ovat pieniä, alun perin Japanissa kehitettyjä kuvasymboleita, joita useat sosiaalisen median palvelut ja älylaitteet tarjoavat käytettäväksi teksteissä. Nuorison käytöstä ne ovat levinneet laajem-malle ja niiden merkitys on huomattava, mistä kertoo se, että merkittävä englantilainen Oxford Dic-tionaries valitsi vuoden 2015 sanaksi ilosta itkevän emojin, joka näkyy alla olevassa kuvassa. Kysei-nen emoji valittiin, koska se oli kaikista emojiesta kansainvälisesti käytetyin ja sen katsottiin kuvas-tavan parhaiten vuoden aikana vallinnutta eetosta ja mielialaa. (Oxford Dictionaries: 2015.) Emoji esiintyy myös omassa aineistossani ja sitä käsitellään lyhyesti kuvan 4 yhteydessä.



KUVA 1. Ilosta itkevä emoji

2.2 Tekstilajit ja yhteisöt niiden taustalla

Tekstien tutkiminen ja tekstianalyysi ovat merkittävä ala kielitieteen sisällä, ja tutkimuksessa huomio kiinnitetään usein kielenkäytön kokonaisuuksiin eikä vain osiin, kuten lauseisiin tai sanoihin (Heik-kinen 2012: 61–63). Yksi tapa tulkita ja jäsentää tekstejä on luokitella niitä tekstilajeihin. Yksinker-taistetusti kun on aloitettu yhden tekstin eli kielellisen toteutuman tarkastelusta, voidaan etsiä muita tekstejä, jotka ovat joiltain osin samanlaisia. Jos tällaisesta tekstijoukkiosta tunnistetaan yhteisesti

jaettuja piirteitä, joukkiota voidaan alkaa tarkastella tekstilajina. Yhteisten piirteiden lisäksi tekstilajien muodostumisessa erittäin merkityksellinen on konteksti, jossa tekstit esiintyvät. (Halliday & Matthiessen 2014: 29.) Tekstien tutkimus voi lähteä liikkeelle myös hyvin toisenlaisista suunnista, jos esimerkiksi havaitaan mahdollisen tekstilajin olemassaolo jossakin kontekstissa. Tässä työssä liikkeelle lähdetään valmiista twiittien muodostamasta tekstien joukosta, josta tarkastellaan erilaisia osalistujarooleja. Kyseisen tekstijoukkion tekstilajius on kyseenalaista, mutta esimerkiksi Swales (1990: 44) esittääkin, ettei tekstilajitutkimuksen tulisi aina pyrkiä identifioimaan ja luokittelemaan lajeja, vaan tavoitteena voi olla myös tutkia ja identifioida tekstien kommunikatiivisia päämääriä.

Tekstilajin rinnalla esiintyy usein *genren* käsite, jota esimerkiksi lähteenä hyödyntämässäni teoksessa *Genreanalyysi – Tekstilajitutkimuksen käsikirja* (2012) käytetään synonyyminä tekstilajin kanssa. Kuitenkin tekstilaji on terminä rajaavampi, sillä se viittaa eksplisiittisesti teksteihin, vaikka tekstit ymmärrettäisiinkin hyvin laajasti. Genre taas on lukemattomien eri tieteenalojen käyttämä termi, ja genret vaikuttavat kaikkialla määritellen inhimillistä toimintaa ja toimintatyppejä (Heikkinen & Voutilainen 2012: 17–18), mikä tekee käsitteestä monipuolisemman ja joustavamman, mutta myös vaikeammin hahmotettavan. Genre viittaa kielellisten tekstien lisäksi laajemmin vuorovaikutuksessa ja maailmassa esiintyviin luokkiin. Tämä työ rajoittuu tekstien tutkimukseen, joten tekstilajin käsite on käytössä läpinäkyvämpi ja riittävä. Yhtenäisyyden vuoksi käytänkin tässä työssä vain tekstilajin käsitettä, mutta ymmärrän sen genren kielitieteellisesti painottuneena synonyyminä.

Mitä ovat piirteet, jotka esiintyvät teksteissä ja voivat osaltaan olla rakentamassa tekstilajeja? Piirteellä tarkoitetaan kaikkia analysoitavia ja valittavissa olevia kielenkäytön elementtejä äännetasolta laajoihin tekstirakenteisiin. Tekstikokonaisuudet muodostuvat osista, eli piirteistä, joilla on erilaisia merkitystehtäviä. Piirre voi olla sekä yksityiskohtainen elementti kuten teitittelymuoto että laajempi tekstin ominaisuus kuten virallisuus. (Heikkinen 2009: 15–17). Yksityiskohtaisia ja konkreettisia piirteitä voidaan osoittaa teksteistä. Jos analyysia laajennetaan näiden yksityiskohtaisten piirteiden taustalla vaikuttaviin skemaattisiin, suhteellisiin ja tulkittaviin ominaisuuksiin, ovat kyseessä tekstilajien piirteet, ja tällöin voidaan tehdä tekstilajitutkimusta. Abstraktit tekstilajien piirteet voivat reaalistua samaan tekstilajiin kuuluvissa teksteissä erilaisina yksityiskohtina, joten tekstit varioivat. (Heikkinen 2009: 22–23). Tässä työssä tarkastellaan hyvin laajaa tekstin ominaisuutta eli interpersoonaisuutta, joka jakautuu pienempiin ja yksityiskohtaisempiin piirteisiin, kuten puhutteluun, modaalisiin lausetyyppeihin ja suhtautumisen ilmauksiin. Tarkastelun ohella on hyödyllistä pohtia, ovatko nämä piirteet ominaisia tai olennaisia twiiteissä.

Tekstilajin edustajaa kutsutaan usein toteutumaksi. Kuuluminen tekstilajiin ei tarkoita sitä, että tekstilajin kaikilla toteutumilla olisi kaikki keskenään samat piirteet, vaan kyse on ennemminkin niin sanotusta perheyhtäläisyydestä, jossa tekstit linkittyvät toisiinsa toistensa kautta. Tekstilajille ominaisia piirteitä voi olla lukemattomia ja yhdellä toteutumalla voi olla näistä vain tietyt piirteet.

(Mäntynen, Shore & Solin 2006: 14.) Piirteet jakautuvat myös tekstilajien kesken, sillä on vaikea ajatella niin sanottua puhdasta tekstilajia, joka olisi yksiäänien ja yksifunktionen ja jossa ei olisi ainuttakaan piirrettä, joka on myös jossakin toisessa tekstilajissa (Solin 2006: 93). Tekstilajille voidaan abstrahoida prototyyppistä edustajaa, joka ei ole selvärajainen ja osuu yhteen toteutumien kanssa vain osittain yhtäläisyyksien ansiosta (Swales 1990: 49–52, Heikkinen & Voutilainen 2012: 34–35). Toteutumat asettuvat siis prototyyppisyyden jatkumolle, eivätkä kiistattomiin kategorioihin (Swales 1990: 52). Jos jokin toteutuma on hyvin marginaalinen ja menee kauas prototyyppistä, sen ajatellaan helposti olevan tekstinä epäonnistunut, vaikka se ehkä on vain lajille epätyypillinen (Mäntynen 2006: 63). Mäntynen (mts.) mainitseekin tekstilajitutkimuksen ongelmaksi sen, että koska useimmiten tutkitaan institutionaalisia ja valmiiksi hyvin normitettuja tekstejä, vahvistetaan helposti ajatusta prototyyppisistä teksteistä. Oma työni vastaa tähän haasteeseen tutkimalla instituutioiden ja normien ulkopuolella leikitteleviä ja toisinaan hyvinkin epämuodollisia twiittejä.

Tekstilajeissa jotkin piirteet siis esiintyvät todennäköisemmin tai useammin - tai tietyissä paikoissa suhteessa toisiin tekstilajeihin. Erityisesti soveltamani systeemis-funktionaalinen teoria on korostanut, että pelkästään piirteiden olemassaolo ei ole merkityksellistä. Sen sijaan on otettava huomioon myös, missä järjestyksessä ja missä tekstin jaksoissa piirteet esiintyvät, eli miten tekstin kokonaisrakenne jäsentyy. Yksi tekstilajia rakentavista piirteistä ovat siis tekstilajille välttämättömät, tyypilliset tai mahdolliset jaksot, jotka muodostavat tekstilajille ominaisen makro- eli kokonaisrakenteen tai rakennepotentiaalin. Toisin sanoen tekstin kokonaisrakenne muodostuu siitä, mitkä jaksot ovat välttämättömiä, tyypillisiä tai mahdollisia ja miten eri jaksot ovat keskenään järjestyneet (Mäntynen 2006: 32, 42). Saman tekstilajin eri jaksoissa voi olla hyvin erilaisia kielellisiä valintoja ja eri tekstilajeja määriteltäessä tiettyjen jaksojen merkitys voi korostua tai olla merkityksetön. Jaksoja voi kielellisten valintojen lisäksi määritellä myös niiden semanttisten merkitysten pohjalta (Mäntynen 2006: 48–49). Mäntynen (emt. 47) kyseenalaistaa rakenteen merkityksen kysymällä, ”*voisiko samaan tekstilajiin kuulua rakenteeltaan aivan erilaisia tekstejä niin, että tekstilaji määriteltäisiin vain kontekstipiirteiden avulla*”. Hän päätyy myös vastaamaan toteamalla, että rakenteeltaan erilaisia tekstejä voivat yhdistää tekstinulkoiset kriteerit, mutta tämä yhteys ei riittäisi muodostamaan tekstilajia (emt. 69). Twiittien kohdalla esitän hypoteesin, ettei yhtenäistä rakennepotentiaalia voi löytää, koska kyseessä on epämuodollinen ja sääntelemätön teksti, ja lyhyisiin twiitteihin on vaikea mahduttaa erityistä rakennetta, jossa olisi esimerkiksi johdanto, käsittelyosa ja päätäntö. Lyhyiden vuoksi ei toisaalta ole tarvittakaan vahvalle rakenteelle, joka jäsentäisi tekstiä ja tekisi siitä helpommin ymmärrettävän.

Kokonaisrakenteen lisäksi tekstilajeja muodostaa se, että saman tekstilajin edustajat pyrkivät samaan päämäärään, esimerkiksi esteettiseen mielihyvään tai vastaanottajan toiminnan ohjailuun. (Swales 1990: 46, Mäntynen, Shore & Solin 2006: 22.) Kielenkäyttö on funktionaalista toimintaa, eli sillä on yksi tai useampia tavoitteita. Tavoitteet eivät ole välttämättä tiedostettuja tai konkreettisia,

sillä tarkoituksena voi olla esimerkiksi vain kommunikointikanavan pitäminen auki ja aktiivisena (Ventola 2006: 98). Samanlaisissa tilanteissa ja samanlaisiin tavoitteisiin pyrkiessä päädytään usein samanlaiseen kielenkäyttöön (emt. 97). Tähän myös ohjataan kirjoittamisen oppaissa esimerkiksi toteamalla, että muoto on valittava sen perusteella, onko viestin tarkoituksena esimerkiksi tiedonvälitys, vaikuttaminen, yhteisöllisyyden rakennus tai elämyksien tarjoaminen (Kortesuo 2012: 155–158). Swalesin mukaan (1990: 48–58) tekstilajin tunnistamisessa olennaisinta on lajin edustajille yhteinen kommunikatiivinen päämäärä, mutta sen ohella tekstin muoto, jäsennys, sisältö ja odotukset yleisöstä vaikuttavat siihen, kuinka prototyyppisestä tekstilajin edustajasta on kyse. Kommunikatiivinen päämäärä ei välttämättä toteudu samanlaisina kielellisinä valintoina, ja päämäärä voi koostua monista funktioista, sillä tekstissä voivat sekoittua esimerkiksi mainostaminen, ohjeistaminen ja sosiaalisten suhteiden ylläpito, koska tekstit ovat useimmiten monifunktionaisia (Swales 1990: 47, Solin 2006: 88–89). Swales kuuluu niihin, joiden mielestä kommunikatiivinen päämäärä on ensisijainen tekstilajeja eroteltaessa, kun taas joidenkin mielestä kokonaisrakenne määrää tekstilajin. (Mäntynen 2006: 44). Ristiriitaa voidaan selvittää esimerkiksi niin, että rakenteellisten jaksojen katsotaan palvelevan päämäärään suuntautuneita prosesseja (Heikkinen & Voutilainen 2012: 26). Greg Myers (2010a: 15) tiivistää oman näkemyksensä yksinkertaisesti toteamalla, että tekstilajien edustajilla on samanlaisia piirteitä, koska tekstien käyttäjillä on samanlaisia tavoitteita.

Kun puhutaan tekstilajeista, tulevat *rekisterin* ja *tekstityypin* käsitteet usein esiin. Rekisterin käsite sekoittuu ja limittyy helposti tekstilajiin, mutta tässä työssä rekisteri tarkoittaa kielenkäytön tilanteista vaihtelua. Tietyissä tilannekontekstissa tietynlainen kielenkäyttö muotoineen, rakenteineen ja merkityksineen on odotettavampaa kuin jokin toinen (Mäntynen, Shore & Solin 2006: 19). Esimerkiksi omassa aineistossani sama twiittaja voi vaihtaa rekisteristä toiseen, kun yksi twiitti on rekisteriltään ammatillisen ja virallisen poliittinen ja toisen twiitin rekisteri taas vaikuttuu intohimoisesta jalkapallo-ottelun seuraamisesta. Rekisteri ei ole murteen lailla käyttäjäkohtainen, vaan koostuu yleisemmistä kielenkäytön resursseista, jotka on tietyissä tilanteissa havaittu hyväksyttäviksi tai odotuksenmukaisiksi (Voutilainen 2012: 70–76). Tekstityypit puolestaan ilmenevät niin syntaksissa kuin sanastossakin, ja niiden avulla voidaan määritellä, mikä kontekstuaalinen painotus vaikuttaa tekstissä hallitsevalta. Tässä työssä tekstityyppi esiintyy siinä mielessä kuin Werlich (1983: 39–41) sen ymmärtää. Werlich luettelee viisi tekstityyppiä, joista ensimmäinen on deskriptiivinen eli kuvaileva, joka kielenkäytössä usein koostuu adjektiiveista, sekä olemisen ja havaitsemisen ilmauksista. Narratiivinen eli kertova tekstityyppi etenee usein ajassa ja sisältää aktiivista toimintaa, kun taas instruktiivisen eli ohjailevan tekstityypin voi tunnistaa esimerkiksi imperatiiveista tai nesessiivisistä rakenteista. Argumentoiva tekstityyppi perustelee ja ilmaisee asenteita tai argumentteja, ja ekspositorinen tekstityyppi erittelee abstrakteja asioita ja käsitteitä keskinäisine suhteineen. Tekstityypit eivät sulje toisiaan pois, eivätkä ne ole tiukkarajaisia luokkia, vaan jatkumoit. Werlichin luokittelua onkin kritisoitu

(Lauerma 2012: 68–69) muun muassa siksi, että todellisuudessa teksteissä aktivoituvat useat eri tekstityypit, jolloin esimerkiksi pelkästään kuvaileva teksti olisi hyvin harvinainen. Tässä työssä jaottelu on kuitenkin riittävä, sillä tekstityypin määrittely ei ole ensiarvoisen tärkeää.

Tässä vaiheessa tekstilajien rakentajiksi on määritelty edellä käsitellyt piirteet, kokonaisrakenne ja kommunikatiivinen päämäärä. Kommunikatiivisesta päämäärästä päästään siihen, että tekstilajit nähdään sosiaalisena toimintana tietyissä tilanteissa (Swales 1990: 45–58, Mäntynen 2006: 21). Tekstilaji toteutuu jossakin sosiaalisessa tilanteessa ja eri tilanteissa toteutuvat eri tekstilajit. Merkittävä osa tekstilajin määritelmää onkin se, että tekstilaji on sosiaalisesti hyväksytty tapa toimia jossakin tilanteessa tai jonkin tarpeen saavuttamiseksi. Hyväksyjänä on yhteisö, sillä tekstilaji on usein sidottu yhteisöön, jonka parissa ja käytössä se esiintyy, ja toisinaan tekstilajien sanotaan jopa kuuluvan näille yhteisöille. Yhteisöille kehittyy helposti sosiaalisia konventioita, joiden mukaan usein toistuvissa tilanteissa toimitaan, ja käsitys hyväksyttävistä kielenkäyttötavoista voi olla tiukkakin, mikä rajoittaa tekstien variaatiota. (Swales 1990: 9, 46–47, Solin 2006: 77, Ventola 2006: 96–97.) Harvat tekstilajit ovat kuitenkaan täysin vakaita tai pysyviä, koska sosiaalisessa ja historiallisessa kontekstissa ne ovat jatkuvasti vuorovaikutuksessa muiden muuttuvien ja uudistuvien tekstien ja tekstilajien kanssa (Solin 2006: 78). Yhteisön hyväksymä, sosiaalisesti määritelty tekstilajikin voi muuttua, sillä se ei ole irrallaan maailman kehityksestä (mts.). Bakhtinin (1986: 76) mukaan tekstilajitutkimuksessa tulisi lajien vakauden ja jäsenytyneisyyden sijaan painottaa lajien toteutumien, kirjoittajien ja lukijoiden välistä vuorovaikutusta. Tekstilajit eivät ole vain kategorioita, vaan joustavia ja muuttuvia toimintamalleja, sukulaisuuksia ja tyypillisyyksiä, jotka ohjaavat maailman hahmottamista ja sosiaalista kielenkäyttöä. Tekstilajit uudistuvat ympärillä muuttuvan maailman mukana ja useammin toistuvat poikkeamat saattavat hiljalleen vakiintua käytännöksi (Heikkinen & Voutilainen 2012: 35–36). Tekstit eivät välttämättä kuulu selvästi tiettyihin tekstilajeihin, vaan ne voivat hyödyntää, leikitellä ja sekoittaa näiden potentiaaleja keskenään (emt. 32), mikä kuvaa mielestäni hyvin twiittejä.

Ymmärrys tekstilajeista antaa ihmisen käyttöön erilaisia tapoja käyttää kieltä, ja ymmärrys auttaa myös tulkitsemaan tekstejä eri tilanteissa (Heikkinen & Voutilainen 2012: 18, 31). Tekstilajit opitaan sosiaalistumisen tai tietoisien opettelun kautta ja mallioppiminen on molemmissa olennaista (Ventola 2006: 97). Uusia malleja ja konventioita voidaan oppia koko elämän ajan sosiaalistumalla erilaisiin yhteisöihin, joissa jäsenet oppivat toisiltaan. Yhteisössä toiset jäsenet voivat olla kokeneempia tekstilajin suhteen kuin toiset, jolloin kokeneemmilla on enemmän tekstilajitietoutta ja täten he osaavat esimerkiksi arvioida, missä ja miten tekstilajin konventioista voi myös joustaa (Swales 1990: 54, Solin 2006: 81). Toisinaan yhteisöllä ei ole selkeää käsitystä jostakin tekstilajista tai tekstilajia ei ole tarvetta standardisoida, eikä siten ole sääntelyäkään (Solin 2006: 80–81), mikä vaikuttaisi olevan tilanteena tässä työssä tutkittavien twiittien kohdalla. Sääntelyn puutteesta seuraa epävakautta ja vaihtelua ja yhdistäväksi piirteeksi saattaa jäädä ainoastaan niin sanotun tekstilajin nimi eli twiitit, sekä

käytetty kanava eli Twitter. Tosin nimi ja kanavakin ovat tekijöitä, jotka osaltaan voivat muodostaa tekstilajeja ja ne luovat odotushorisontin siitä, millainen teksti on kyseessä (Swales 1990: 54–57). Twiitit ovat myös sidottuja laajaan sosiaalisen median yhteisöön, jonka käytössä ne esiintyvät ja joka ymmärtää twiitit suhteessa sosiaalisen median kontekstiin. On kuitenkin huomioitava, että kaikki yhteisöjen käyttämät tekstit eivät muodosta tekstilajeja (Swales 1990: 58).

Voiko twiittien kohdalla siis ajatella, että kyseessä olisi tekstilaji, vai johtuuko tekstien yhtäläisyys ainoastaan välineestä, joka esimerkiksi antaa twiitin julkaisutilassa ohjailevan kysymyksen, rajaa pituuden ja antaa mahdollisuudet twiiteissä ominaisiin käyttäjätunnuksiin ja hashtageihin? Onko Twitter vielä jäsentymätön yhteisö, joka ehkä vakiintuessaan muodostaa selkeämpiä konventioita vielä kehitysprosessissa pyörivälle tekstilajille nimeltään twiitit? Vai onko twiiteissä kyse vain hetkittäisistä, kiinnostuksen kohteilla muodostuneista toisillensa tuntemattomien verkostoista, kuten Zappavigna (2011) ehdottaa? Jos twiitit eivät ole tekstilaji, miten Twitterin käyttäjät sitten tietävät, millaisia twiittejä he voivat kirjoittaa? Luultavasti siksi, että väline antaa ohjailevan kysymyksen ja pituusrajoituksen ja käyttäjät ovat mallioppineet muiden twiiteistä. Entä voisiko joku saada aikaan epätwiittimäisen twiitin, jota Twitter-yhteisö ei hyväksyisi twiitiksi tai jota yhteisö pitäisi epäonnistuneena? Hypoteettinen vastaukseni edeltävään kysymykseen on, että ei, koska epäonnistunut twiitti olisi epäonnistunut todennäköisesti siksi, ettei kukaan kykenisi tulkitsemaan tai ymmärtämään sitä, jolloin twiitti olisi epäonnistunut yleisesti tekstinä, eikä tekstilajin edustajana.

2.3 Systeemis-funktionaalinen teoria

Edeltävä tekstin ja tekstilajien, sekä lajien taustalla vaikuttavien yhteisöjen käsitteellistys sopii työssä hyödyntämäni systeemis-funktionaalisen teorian käsityksiin. Systeemis-funktionaalisen tutkimuksen kohteena ovat tekstit, joilla toimitaan tai rakennetaan merkityksiä tietyissä tilanteissa ja tiettyjen yhteisöjen piirissä (Luukka 2002: 98). Teoriataustani käsitteineen nousee yhdeltä teorian tunnetuista kehittäjistä eli M.A.K. Hallidaylta, ja analysoin aineistoa hallidaylaisittain eli metafunktioiden mukaan. Hallidayn perinteestä poiketen olen Sydneyn koulukunnan tavoin kiinnostunut kokonaisissa teksteissä reaalistuvista merkityksistä, enkä niinkään lauseenjäsenyyksestä. Tekstien merkitykset toki koostuvat yksittäisistä sanoista ja rakenteista, jotka toimivat yhdessä vahvistaen tai kumoten eri merkityksiä. Kyseessä ei ole merkityksistä kiinnostunut sisällönanalyysi, vaan merkityksen ja muodon sidosteisuus. Lisäksi hyödynnän Sydneyn koulukunnan käyttämiä diskurssisysteemien käsitteitä, jotka tukevat suhtautumisen analyysia. (Shore 2012b: 153, 156, 158.)

Systeemis-funktionaalinen (jatkossa myös sf-) teoria katsoo kielenkäytön jäsentyvän tilanteittain ja tekstin jaksoittain vaihteleviksi lajeiksi. Teorian tutkimuskohteina ovat kielen systeemi ja teks-

tit konteksteissaan sekä näiden peruselementtien keskinäisvaikutus sosiaalisessa toiminnassa (Halliday 1973: 7–8, Luukka 2002: 90). Teoria näkee tekstit aktiivisina merkityksen tuottamisen ja muodostamisen prosesseina ja merkitykset taas valintoina, joita tekstin kirjoittaja tekee kussakin tilanteessa mahdollisten valintojen merkityspotentialista. Jokaisesta valinnan hetkestä rakentuu systeemiverkostoja, jotka johtavat kielen jäsentymiseen. Valinnat ovat analyttisiä askeleita, jotka reaalisuvat esimerkiksi kielellisten osien lisäämisenä tai järjestelemisenä. (Halliday & Matthiessen 2014: 24, Heikkinen & Voutilainen 2012: 25–26, Heikkinen 2009: 24.) Toisin sanoen kieltä pyritään kuvaamaan eri tasoilla tehtyinä ja tilannekontekstista vaikuttavina valintoina, jotka toteutuvat erilaisena kielenkäyttönä. Valinnat muodostavat systeemiverkostoja, jossa yleisemmän tason valinnat rajoittavat seuraavien hienojakoisempien ja tarkempien tasojen valintoja. Esimerkiksi modaalista lausetyyppistä saatetaan valita interrogatiivi, minkä jälkeen on valittava polaarisen kysymyksen ja hakukysymyksen väliltä. (Halliday 1973: 56, Ventola 2006: 101, Shore 2012a: 139.) Systeemiverkostojen ongelma voi nähdä sen, että ne tyypistävät useat jatkumomaiset piirteet joko-tai-kategorioiksi. Systeemifunktionaalista teoriaa voi kuitenkin hyödyntää mallintamatta systeemiverkostoja ja keskittymällä niiden sijaan funktionaalisuuteen. (Shore 2012a: 140). Kategorisointi voi olla helpottamassa analyysiä, kunhan pitää mielessä sen, että todellisissa käyttökonteksteissa kieli osuu harvoin prototyyppisiin kategorioihin.

Kuten sf-teorian nimi antaa ymmärtää, systeemien lisäksi tärkeää on funktionaalinen ajatus kielestä. Kieli on systeemi, joka palvelee erilaisia funktioita ihmisyhteisöissä. Kielellä toimitaan sosiaalisissa konteksteissa, kielellä tehdään asioita ja kielenkäytöllä on funktioita, olivat ne sitten tiedostettuja tai tiedostamattomia. Kielen perusfunktiot suhteessa elinympäristöömme ovat kokemusten ja maailman kielentäminen eli *ideationaalinen metafunktio*, sekä sosiaalinen kanssakäyminen eli *interpersoonainen metafunktio* (Halliday & Matthiessen 2014: 30). Luukka (2002: 102) tekee eron näiden kahden välille siten, että ideationaalisuus on maailman jäsentämistä, kun taas interpersoonaisuus on maailmaan osallistumista. Kress ja van Leeuwen (1996: 13) hyödyntävät omassa visuaalisuuden kielipöytänsä Hallidayn teoriaa ja toteavat, että kielen lisäksi muillakin semioottisilla moodeilla, myös visuaalisella, on samat ideationaaliset ja interpersoonaiset metafunktiot. Funktionaalisen lähtökohdan mukaan sf-teoriassa tutkitaan sitä, mitä tarkoituksia kielen systeemi palvelee ja miten näitä tarkoituksia voidaan saavuttaa kielenkäytöllä. Lisäksi tutkitaan, miten kielen avulla tavoiteltavat funktiot ovat vaikuttaneet kielen muotoon ja jäsennykseen. Funktiot eivät juurikaan esiinny yksittäin, vaan kaikella kielenkäytöllä on useita funktioita. (Halliday 1973: 7–8, Luukka 2002: 101–102.) Funktionaalinen teoria pyrkii vastaamaan siihen, miten merkitykset toimivat konteksteissa, joissa niitä luodaan tai aktivoidaan (Zappavigna 2011: 793).

Kielenkäyttö ja tekstit toimivat aina jossakin kontekstissa ja vaikuttavat siitä, joten kontekstia ei voi jättää pois analyysistä (Halliday & Matthiessen 2014: 32). Sf-teoriassa toisistaan erotetaan

abstrakti ja konkreettinen tilannekonteksti, jotka ovat analyysissä hyödynnettäviä tekstinulkoisia piirteitä (Shore 2012a: 136). Konkreettiseen aika-paikkaiseen tilannekontekstiin voi kuulua esimerkiksi se, että teksti on meluisassa huvipuiston laitejonossa käyty lasten keskustelu tai suoran televisio-ohjelman kulisseista lähetetty twiitti. Abstraktin tilannekontekstin Halliday (Halliday & Matthiessen 2014: 33–34) jakaa karkeasti kolmeen tilannemuuttujaan eli kontekstin kategorioihin, joita ovat *ala*, *osallistujaroolit* ja *kielen ilmenemismuoto*. Ala kattaa toiminnan, jonka osana teksti on, osallistujaroolit ovat tilanteessa potentiaalisia ja merkitseviä rooleja muuttujineen, ja kielen ilmenemismuoto viittaa vuorovaikutuksen kanavaan, kielellisyyden määrään tilanteessa, sekä kielen retoriseen käyttöön. Näistä alalla ja osallistujaroolilla voi sanoa olevan kaksi tasoa: sekä kielellä konstruoitu abstrakti että tekstinulkoinen ja konkreettinen (Mäntynen, Shore & Solin 2006: 19–20). Osa sf-teorian sovelluksista keskittyy vain kielellä konstruoituihin osallistujarooleihin, mutta tässä työssä huomion myös tekstinulkoiset roolit, koska ne ovat aineistoni julkisuudenhenkilöillä niin vahvat ja laajalti tunnetut.

Edellä mainittuja abstrakteja tilannemuuttujia käytetään, kun tutkitaan tilannekontekstin ja leksikko-kieliopillisten valintojen suhteita. Tällöin mukaan tulevat myös metafunktiot, jotka vaikuttavat kieliopillisten valintojen taustalla. Metafunktionaalisen hypoteesin mukaan tietyt tilannemuuttajat korreloivat tiettyjen kieliopillisten valintojen ja niiden taustalla vaikuttavien metafunktioiden kanssa. Esimerkiksi ala voi tekstissä reaalistua maailmaa representoivina sanoina ja lausetyypeinä, tai materiaalisina tai mentaalisina prosesseina, jotka kuuluvat ideationaaliseen metafunktioon. Osallistujaroolit voivat reaalistua modaalisuutena, joka kuuluu interpersoonaiseen metafunktioon, ja kielen ilmenemismuoto näkyy esimerkiksi tekstin informaatiokulkuna ja koheesiona, jotka kuuluvat tekstuaaliseen metafunktioon. (Halliday & Matthiessen 2014: 34, Mäntynen, Shore & Solin 2006: 19–20.) Kuten Halliday ja Matthiessen (2014: 34) ilmaisevat: ”*the correspondences between context and language are based on the functional organization of both orders of meaning*”. Asiat kietoutuvat toisiinsa, sillä kontekstin tilannemuuttajat ja kieli luovat merkitystä ja molempien taustavaikuttajina ovat metafunktiot.

Erilaisissa teksteissä tilannemuuttujien merkitykset voivat vaihdella. Teksti voi operoida erityisesti osallistujaroolien alueella, jolloin tekstin merkityksiä on tarkasteltava muun muassa suhteessa kirjoittajan ja lukijoiden välisiin suhteisiin. Kirjoittajan pyrkimyksenä voi olla säilyttää tai muuttaa näitä suhteita, esimerkiksi saada lukija myötämieliseksi tai suostumaan kirjoittajan käskyyn tai tarjoukseen. (Halliday & Matthiessen 2014: 41.) Oletukseni mukaan twiitit operoivat nimenomaisesti osallistujaroolien alueella, koska niillä kohdistetaan toisten huomiota, pyritään vaikuttamaan ja asemoidutaan suhteessa toisiin ihmisiin ja asioihin. Hallidayn (Halliday & Matthiessen 2014: 33–34) mukaan tilannemuuttujista osallistujaroolit viittaavat rooleihin, joita sosio-semioottiseen toimintaan osallistuvilla on, sekä arvoihin, joita osallistujat antavat käsitelylle aiheelle. Roolit voivat olla institutionaalisia, tasa- tai epäarvoisia statusrooleja, tuntemattomista läheisiin vaihtelevia kontaktirooleja,

tai sosiometrisiä rooleja. Osallistujarooleja tutkittaessa puhutaan usein myös hienojakoisemmista muuttujista, eli statuksen, formaalisuuden, kasvojen säilyttämisen, hienotunteisuuden ja kohteliaisuuden eri asteista (emt. 705). Nämä kaikki liittyvät sosiaaliseen välimatkaan kirjoittajan ja lukijan välillä ja hyödynnän käsitteitä jonkin verran analyysissäni. Myers (2010a: 89) yhdistää kohteliaisuuden käsitteeseen hienotunteisuuden ja kasvojen säilyttämisen ja tarkoittaa tällä kielellisiä keinoja, joilla pehmennetään tekstiin kirjoitettua uhkia, jotka haastavat sen, miten lukijat haluavat nähdä itsensä tai toimintansa. Uhkia ilmenee jatkuvasti, kun teksteissä kyseenalaistetaan, käsketään tai ohjeistetaan, esitetään eriäviä mielipiteitä tai kritisoidaan. Toisaalta kohteliaisuudesta voidaan myös luopua tarkoituksella.

Käsittelen seuraavaksi tarkemmin jo esiin tulleita metafunktoita, jotka ovat laajoja inhimillisen toiminnan ohjaajia pienempien ja yksityiskohtaisempien funktioiden taustalla. Hallidayn (1973: 99, 2014: 30–31) mukaan kielen muotoa säätelevät kolme hyvin merkityksellistä, mutta kuitenkin hypoteettista funktiota, joihin erilaiset merkitykset ryhmittyvät. Karkeahkon kolmijaottelun mukaan metafunktoita ovat ideationaalinen, interpersoonainen ja tekstuaalinen, joista kaksi ensimmäistä määriteltiin jo aiemmin kielenkäytön perusfunktioiksi suhteessa elinympäristöömme. Ideationaalinen metafunktio liittyy siihen, miten maailmaa ja kokemusmaailmaa luodaan kielellä esimerkiksi nimeämällä asioita. Interpersoonainen metafunktio liittyy vuorovaikutukseen ja sosiaalisiin suhteisiin ja kertoo suhtautumisesta ihmisiin ja asioihin. Tämä metafunktio on työssäni keskeinen, joten käsittelen sitä tarkemmin seuraavassa alaluvussa. Tekstuaalinen metafunktio taas liittyy kieleen itseensä ja ilmentää sitä, miten kielellisesti rakennetaan koherentteja kokonaisuuksia esimerkiksi teeman ja reeman vaihteluilla ja koheesiokkeinoilla. (Halliday & Matthiessen 2014: 30–31, Halliday 1973: 66.)

Metafunktiot ovat olennainen osa sf-teoriaa, sillä sekä kielellisten valintojen muodostamat systeemiverkostot että funktionaalinen kielellinen merkitys voidaan ryhmitellä näiden kolmen metafunktion alle. Metafunktiot ovat siis muodostuneet erilaisten merkitysten ryhmittymistä, jotka toimivat yhdessä kokonaisten tekstimerkitysten rakentumisessa, mutta metafunktiot ovat kuitenkin melko riippumattomia toisistaan. Esimerkiksi ideationaalisen metafunktion transitiivisuuteen liittyvät valinnat ovat riippumattomia interpersoonaiseen metafunktoon kuuluvista modaalisisista valinnoista. Eriytyisesti interpersoonainen metafunktio on muista metafunktioista riippumaton, sillä tekstin alasta, eli ideationaalisesta metafunktiosta, ja kielen ilmenemismuodosta, eli tekstuaalisesta metafunktiosta riippumatta kirjoittaja voi ilmaista interpersoonaisia merkityksiä, kuten omaa asennoitumistaan. (Halliday 1973: 111.) Metafunktioiden keskinäisen riippumattomuuden ansiosta voin työssäni syventyä vain yhteen metafunktoon twiiteissä. Tyhjentävän metafunktionaalisen kuvauksen aikaansaaminen olisikin pro gradu -työlle suhteettoman suuri tavoite, joten yhteen metafunktoon keskittymisessä on kyse myös työn laajuuden rajaamisesta. Miksi sitten olen päätenyt tutkimaan twiittejä juuri interper-

soonaisuuden näkökulmasta? Ajatus interpersoonaisuudesta korostaa sosiaalista osallistumista, yhteisön tuottamia merkityksiä ja kielellä toimimista, jotka ovat olennainen osa Twitterin toimintaa. Twitter on paikka, jossa kielellisellä osallistumisella asemoidaan itseä suhteessa toisiin, ilmaistaan suhtautumista asioihin ja ihmisiin, rakennetaan rooleja ja statusta kielellisten valintojen kautta ja ollaan vuorovaikutuksessa, joka on interpersoonaisuuden syvintä olemusta. Tämän vuoksi sf-teoria ja teorian ajatukset interpersoonaisesta metafunktiosta sopivat mielestäni erinomaisesti twiittien tarkasteluun.

2.4 Interpersoonainen metafunktio

Twiiitit ovat osa sosiaalista mediaa, jonka olennainen tarkoitus on vuorovaikutus muiden sosiaalisen median käyttäjien kanssa. Twiiitit ovat usein täysin julkisia viestejä, joilla osallistutaan keskusteluun, kerrotaan omia kokemuksia ja mielipiteitä sekä suhtaudutaan ajankohtaisiin asioihin ja ilmiöihin. Voi siis olettaa, että twiiteille on ominaista rakentaa ihmisten välisiä suhteita ja erilaisia rooleja sekä osoittaa suhtautumista, jolloin twiiteissä operoitaisiin yleisesti osallistujaroolien alueella. Kyse on tässä vaiheessa vielä kuitenkin oletuksesta, joten tässä työssä tutkitaan, miten ja millaisia osallistujarooleja todellisuudessa rakentuu twiiteissä. Systemis-funktionaalisen teorian mukaan metafunktionaaliset merkitykset reaalistuvat erilaisina kielellisinä valintoina, joita voidaan osoittaa teksteistä. Vuorovaikutukseen, suhtautumiseen ja osallistujarooleihin liittyvät merkitykset voidaan ryhmitellä interpersoonaisen metafunktion alle, joten osallistujarooleja analysoidessani interpersoonaisen metafunktion käsite on osuva teoreettinen tuki.

Shore (2012b: 161) tiivistää interpersoonaisen metafunktion merkityksen siten, että ”*kieltä käytetään yhtäältä luomaan ja ylläpitämään sosiaalisia suhteita ja toisaalta suhtautumaan omiin ja toisen sanomisiin*”. Kieli on siis vuorovaikutusta, sosiaalista yhdessäoloa ja itseilmaisua. Kielenkäyttö on interpersoonaisesta näkökulmasta väittämiä (engl. *proposition*) ja ehdotuksia (engl. *proposal*), joilla tiedotetaan tai kysytään, ohjeistetaan tai tarjotaan, sekä ilmaistaan arvioita tai asenteita muita ihmisiä ja asioita kohtaan. Interpersoonaisessa metafunktiossa kyse on siis erinäisten asioiden vaihdannasta eri osallistujien välillä. Nimi interpersoonainen tulee siitä, että metafunktio on sekä ihmisten välinen ja suhteita muodostava, että henkilökohtainen ja kirjoittajan sisäistä maailmaa kuvastava. (Halliday & Matthiessen 2014: 30, Halliday 1973: 106–107.) Kuten työssä aiemmin jo todettiin, systemis-funktionaalisen teorian tilannemuuttujista osallistujaroolit reaalistuvat tekstissä interpersoonaisina merkityksinä. Näitä merkityksiä luodaan kielellisillä ja teksteistä osoitettavilla valinnoilla, kuten moduksilla, modaalisilla lausetyypeillä eli esimerkiksi kysymyksillä ja käskyillä, modaalisilla verbeillä ja konstruktioilla, persoonavalinnoilla, sävypartikkeleilla, kommenttiadverbeilla sekä yksi- ja moniäänisyydellä. Interpersoonaisuutta analysoidessa fokuksessa ovat nämä piirteet, mutta myös

niiden puuttuminen. (Shore 2012a: 147–149, Halliday 1973: 42–44, Voutilainen 2012: 72.) Halliday ja Matthiessen (2014: 18, 84–85, 387) toteavat, että interspersoonaiset piirteet ovat luonteeltaan usein prosodisia, mikä tarkoittaa muun muassa sitä, etteivät ne sosiaalisissa suhteissa ilmenevinä ole aina suoraan kvantitatiivisesti osoitettavissa. He lukevat esimerkiksi intonaation interspersoonaiseksi piirteeksi, jota kyetään tarkastelemaan lähinnä puhutussa kielenkäytössä. On huomioitava, että heidän lähtökohtansa on englannin kielessä, jossa intonaatiolla ylipäänsä on suurempi ja ekspressiivisempi merkitys kuin suomen kielessä. Twiitit mukaan lukien kirjoitetussa kielenkäytössä intonaatiota ja painotusta ei voi ilmaista äänellä, joten ilmaisun tueksi voidaan ottaa esimerkiksi huutamista jäljitteleviä suuraakkosia, sanojen venytystä, alleviivausta ja tunneikoneita.

Interspersoonaisuus on myös visuaalisen moodin funktio, joten sitä voidaan analysoida esimerkiksi henkilökuvista sillä perusteella, katsooko kuvattu katsojaan vaatien tätä näennäissosiaalseen suhteeseen, vai onko kuvattu kääntänyt katseensa pois ikään kuin tietämättömänä katsojasta, jolloin kuva vain tarjoaa tietoa tai tarjoutuu katsottavaksi. Henkilökuvat voidaankin tämän perusteella yksinkertaistetusti jaotella jotakin vaativiin ja jotakin tarjoaviin. (Kress & van Leeuwen 1996: 13, 41, 121–124). Suora katse on visuaalinen keino osoittaa ja näennäisesti myös tiedostaa kuvan katsoja. Sosiaaliset suhteet määrittävät sen, kuinka lähellä toisiaan ihmiset ovat sekä kirjaimellisesti että kuvainnollisesti, ja tätä samaa etäisyyttä voidaan arvioida myös kuvista. Lähikuva tuo kuvattun sekä fyysisesti että sosiaalisesti lähemmäs, kun taas kauempaa otettu kuva etäännyttää kuvattua katsojasta (emt. 130–133).

Merkittävä osa interspersoonaisen metafunktion merkityksiä on osallistujien osoittaminen, joka tapahtuu selkeimmin nimeämällä, verbien persoonamuodoilla, pronominiiviittauksilla tai omistussuhteita ilmaisemalla. Nimeämisellä voidaan identifioida lukija tai lukijoita, hakea nimetyn huomiot, ilmoittaa kenen ääntä lainataan, puhua toisista, kohdistaa teksti nimetylle tai osoittaa interspersoonaista suhdetta osallistujien kesken, esimerkiksi sukulaisuussanalla *äiti* tai statusta korostavalla sanalla *pomo*. Tällaiset sanat implikoivat ja eksplikoivat osallistujien keskinäistä suhdetta ja läheisyyttä, vaikka nimeäminen sinänsä kuuluu ideationaaliseen metafunktiioon. (Halliday & Matthiessen 2014: 159.) Interspersoonaista metafunktiota analysoitaessa huomio kiinnitetäänkin nimiä useammin persoonavalintoihin ja ylipäänsä siihen, puhutellaanko tai osoitetaanko muita osallistujia tai tiedostetaanko muita näkökulmia, jolloin tekstiin tulee useampia ääniä. Systeemis-funktionaalisen teorian mukaan persoona on systeemi, joka jakautuu kielenulkoisiin ja kielellä konstruoituihin rooleihin, joista kielellä konstruoituja ovat yksinkertaisimmillaan kirjoittaja ja lukija. Sen lisäksi eroja on siinä, puhutaanko yksikössä *minusta* vai *meistä*, lukeutuuko *sinä* osaksi tekstin *meitä*, tai asettuuko *sinä minun* vastakohdaksi, ja missä asemassa ovat *hän* tai *he*. (Halliday & Matthiessen 2014: 62.) Kielenkäytössä kirjoittajalle muodostuu kielellinen rooli, joka usein tarjoaa lukijalle täydentävää roolia. Esi-

merkiksi kirjoittaja voi kysymystä esittäessään ottaa tiedonhakijan roolin ja tarjota lukijalle tiedon-tarjoajan roolia. (Halliday & Matthiessen 2014: 134.) Kaikessa semioottisessa toiminnassa on läsnä sekä vuorovaikutukseen osallistuvia, että representoituja osallistujia. Vuorovaikutukseen osallistuvat ovat mukana kommunikaatiossa esimerkiksi tekstien kirjoittajina tai lukijoina, kun taas represen-toidut osallistujat voivat olla puheenaiheena. Todellisuudessa tilanne on monimutkaisempi, kun mie-titään esimerkiksi kuviteltuja lukijoita, tai kirjoittajia, jotka representoivat teksteissä itseään tai jaka-vat omakuviaan. Osallistujien välillä voi olla useita erilaisia suhteita kuten se, miten vuorovaikutuk-seen osallistuvat suhtautuvat representoituihin osallistujiin. (Kress & van Leeuwen 1996: 46, 119.)

Interpersoonaisuuden alaan kuuluu myös se, kuinka kielellä rakennetaan asemaa, valtaa tai solidaarisuutta suhteessa muihin ihmisiin ja asioihin. Kielellä tehdään esimerkiksi arvioita ja tuodaan esiin muiden ääniä ja mielipiteitä, jotka voidaan suhteuttaa omiin näkemyksiin. (Zappavigna 2011: 794.) Näitä analysoidessani hyödynnän Sydneyn koulukunnan kehittämiä diskurssisysteemien käsit-teitä, joihin tekstien merkitykset on jaettu (Shore 2012a: 153). Näistä Martinin ja Rosen (2007) kä-sitteistä intepersoonaisen metafunktion alle asettuvat *suhtautuminen* ja *vuorottelu*. Vuorottelu on melko yksinkertaista Twitterissä, sillä twiitit eivät puheen tavoin voi esiintyä päällekkäin, sillä kes-kustelu etenee aina twiitti kerrallaan (Crystal 2011: 18). Sen vuoksi keskityn lähinnä suhtautumiseen (engl. *appraisal*), jonka alakategorioiksi voidaan luokitella henkilökohtaisten tunteiden ja reaktioiden ilmaisu (engl. *affect*), etiikkaan ja moraaliin pohjaava ihmistoiminnan arviointi ja arvostelu (engl. *judgement*) sekä esteettinen tai arvoihin pohjautuva arviointi (engl. *appreciation*) (Zappavigna 2011: 794, Page 2012a: 74–77). Suhtautuminen on siis reagointia, arvottamista, arvostelua ja asennoitu-mista muihin teksteihin, ihmisiin, vastaanottajiin ja asioihin. Suhtautumisen käsitteen alle lukeutuu myös se, kuinka ja miten paljon tekstin eri äänet keskustelevat. (Shore 2012a: 154–155.)

Suhtautumiseen liittyy erittäin laaja oma teoriansa, jota tässä työssä ei kuitenkaan ole tarkoi-tuksellista käsitellä tyhjentävästi, sillä analyysissäni suhtautuminen on vain interpersoonaisia merki-tyksiä tukeva käsite, joka liittyy lähinnä leksikaalisista valinnoista syntyviin vaikutelmiin. Suhtautu-misen käsite vastaa mielestäni sitä, kuinka Barton ja Lee (2013) ja Myers (2010b) käyttävät asennoi-tumisen (engl. *stance*, *stance-taking*) käsitteitä. Asennoituminen on kielitieteessä yleinen käsite, jota käytetään kuvaamaan sitä, miten puhuja tai kirjoittaja kohdistaa kielenkäyttönsä tietylle yleisölle ja millainen on hänen suhtautumisensa ilmaistuun asiaan (Myers 2010a: 95–96, Barton & Lee 2013: 31). Asennoitujalla on mielipide, jonka avulla hän asemoi itsensä muihin (Myers 2010b: 264). Bar-tonin ja Leen (2013: 87) mukaan asennoituminen voi olla esimerkiksi episteemistä liittyessään asioi-den varmuuteen, mahdollisuuteen tai uskomuksiin, tai affektiivista, jolloin kirjoittaja tai puhuja il-maisee omia asenteitaan ja tunteitaan. Heidän (emt.) mukaansa sosiaalinen media on erityisen asen-nerikas ympäristö erilaisten kommentointi- ja tykkäysmahdollisuuksiensa vuoksi, joten käsite on

hyödyllinen twiittejä tutkittaessa. Asennoitumisen ilmaukset sävyttävät interpersoonaiseen merkitykseen kuuluvia väittämiä ja ehdotuksia. Asennoituminen näkyy Myersin (2010a: 96) mukaan modaalisista verbeistä, referoidusta puheesta, sävypartikkeleista ja kommenttiadverbeista, eli samoista asioista kuin interpersoonaisuus yleisemminkin. Useimmat näistä piirteistä voidaan lukea laajasti ymmärrettyyn modaalisuuteen.

2.5 Modaalisuus

Halliday ja Matthiessen (2014: 144) esittävät yksinkertaistetusti, että modaalisuus on kirjoittajan arvioita siitä, miten todennäköistä tai toivottavaa jokin on. Modaalisuus on jatkumo, joka levittäytyy polaaristen positiivisten ja negatiivisten ääripäiden välillä. Väittämien kohdalla jatkumot liikkuvat todennäköisyyden ja yleisyyden eri asteilla ja ehdotuksien kohdalla jatkumot liittyvät pakollisuuteen ja henkilökohtaiseen sitoutumiseen. (emt. 176–178, 691.) Huomioitavaa on, että Halliday ja Matthiessen ovat kirjoittaneet ajatukset nimenomaan englannin kielen näkökulmasta, joka ei ole ilmaisutavoiltaan yksi yhteen suomen kielen kanssa (emt. 183). Myersin määritelmän (2010a: 166) mukaan modaalisuus on kirjoittajan asenteita ja suhtautumisia väittämiä kohtaan. Suomen kielen näkökulmasta Iso suomen kielioppi (VISK § 1551) määrittelee modaalisuuden tekstin semanttiseksi alueeksi, jossa arvioidaan asioiden todenmukaisuutta ja toteutumismahdollisuuksia. Kirjoittaja voi ilmaista varmuuden, välttämättömyyden, todennäköisyyden ja mahdollisuuden eri asteita, sekä sitä miten pakollista, luvallista, toivottavaa tai edellytyksistä riippuvaista jokin on. Modaalisen jatkumon negatiivisessa ääripäässä on kieltö.

Tietyt puhefunktiot eli käskeminen, kysyminen ja väittäminen ovat kiteytyneet modaalisiksi lausetyypeiksi, jotka ovat imperatiivinen, interrogatiivinen ja deklaratiiivinen (VISK § 1551). Halliday ja Matthiessen (2014: 97) nimeävät tärkeimmäksi interpersoonaisen metafunktion systeemiksi lauseketasolla juuri nämä modaaliset lausetyypit, jotka kattavat resurssit väittämiseen, kysymiseen, tarjoamiseen ja komentamiseen. Englannin kielen lähtökohdasta Halliday ja Matthiessen puhuvat nimenomaisesti modaalisista lausetyypeistä, eli deklaratiiivista, interrogatiivista ja imperatiivista. Suomen kielessä myös verbien modukset ovat kieliopillistunutta modaalisuutta (VISK § 1551), joten kun aineisto on suomenkielinen, käytetään analyysissä sekä modaalisia lausetyyppejä että suomen kielen moduksia, joista esimerkiksi potentiaalilla voidaan ilmaista modaalista todennäköisyyttä ja konditionaalilla modaalista ehdottamista. Modaalisten lausetyyppien ja modusten ulkopuolelle jää suomen kielessä kiteytynyt välttämättömyyttä ilmaiseva nesessiivirakenne, kuten *täytyy mennä* ja *kannattaa tehdä*, joka kuuluu myös modaalisuuteen. (VISK § 1551.)

Modaalisia lausetyyppejä voidaan edelleen jakaa hienojakoisempiin luokkiin esimerkiksi sen perusteella, haetaanko interrogatiivilla tietoa vai jotakin konkreettista, onko tiedon kysyminen

avointa tiedonhakua vai polaarinen kysymys, onko kysymys vaativa tai anova, ja onko se neutraalisti, positiivisesti tai negatiivisesti varautunut. Retoriset kysymykset pois lukien kysyminen kutsuu lukijan antamaan jotakin ja toisaalta tarjoaminen kutsuu lukijan vastaanottamaan jotakin. (Halliday & Matthiessen 2004: 135–136.) Imperatiivi voi olla auktoriteettinen joko henkilökohtaisella tai institutionaalisella tasolla, joista institutionaalinen taso edellyttää käskijän olevan tunnistettu instituution jäsen. Imperatiivissa voivat näkyä epätasaiset voimasuhteet sekä lataus, joka näkyessään voi olla negatiivinen tai positiivinen (Halliday & Matthiessen 2014: 65.) Ylipäänsä neuvominen ja ohjeiden antaminenkin asettaa neuvojan neuvottavan yläpuolelle ja saattaa niin sanotusti uhata neuvottavan itseenäisyyttä, koska neuvot pyrkivät vaikuttamaan esimerkiksi tulevaan toimintaan. Alentavuuden välttämiseksi käskyissä ja neuvoissa voi käyttää lieventäviä strategioita, kuten imperatiivisen ilmauksen vaihtamista deklaratiiiviseen tai konditionaaliin, oman henkilökohtaisen kokemuksen jakamista esimerkkinä, tai vaikka huumoria. (Page 2012: 37–38.)

Modaalisten lausetyyppien ja modusten lisäksi modaalisuutta muodostavat modaaliverbit kielto- ja kieltomuotoineen, kuten *saada*, *haluta*, *joutua* ja *ehdiä*, tiedontilasta kertovat verbit kuten *luulla* ja *väittää*, modaaliset konstruktiot, kuten *on pakko*, *on avattava*, partitiivipit kuten *ihailtava* ja *sietämättömä*, sekä modaaliset adjektiivit, jotka voivat arvottaa tai ilmaista välttämättömyyden ja mahdollisuuden asteita (VISK § 1551, 1583, 1586). Lisäksi modaalisuutta luovat modaaliset adverbis ja partikkelit, jotka ilmaisevat asennetta ja (epä)varmuutta, kommentoivat, sävyttävät ja fokusoivat, kuten *valitettavasti*, *tietysti*, *varmaankin*, *kumma kyllä*, *kai* ja liitepartikkeli *-pa/pä* (VISK § 667, 1601). Kressin ja van Leeuwenin (1996: 160–161) mukaan modaalisuutta voi arvioida myös kuvissa, joissa modaalisuus liittyy siihen, kuinka todellisena kuva esittäytyy sille sosiaaliselle ryhmälle, jonka käytössä se on.

3 TWITTER SOSIAALISEN MEDIAN KONTEKSTISSA

3.1 Sosiaalinen media vuorovaikutusympäristönä

Määrittelen aluksi, miten tässä työssä ymmärretään muutamia sosiaaliseen mediaan liittyviä käsitteitä, jotka määrittävät osin toistensa kautta. *Palvelu* tai *sovellus* merkitsee tässä työssä jollain tapaa erikoistunutta sosiaalista mediaa, kuten yhteisöpalvelu Facebookia, kuvanjakopalvelu Instagramia tai mikroblogipalvelu Twitteriä, jonka käyttämiseen vaaditaan usein käyttäjätunnus ja joka tarjoaa käyttäjille mahdollisuuksia tuottaa ja kuluttaa sisältöjä. Palveluista voidaan puhua myös *alustoina* eli sovelluspohjina, jos niiden ohessa voi käyttää tai rakentaa uusia sovelluksia. *Sisällöt* ovat automaattisesti tai manuaalisesti tuotettuja aineistoja, kuten tekstiä, kuvia, äänileikkeitä tai videoita, eli myös twiitit ovat sosiaalisen median sisältöä. *Käyttäjät* ovat ihmisiä, jotka voivat sosiaalisessa mediassa tuottaa ja kuluttaa sisältöjä, rakentaa sovellusalojen päälle ja käyttää palveluita. *Käyttäjätunnus* on useimmiten nimi tai nimimerkki, johon kytkeytyy käyttäjän muovautuva identiteetti ja esimerkiksi oma profiilisivu kuvineen, tietoineen ja viestimahdollisuuksineen. Näiden käsitteiden kautta määrittyy sosiaalinen media, joka on siis verkossa sijaitseva alustojen ja palveluiden kokonaisuus, jossa käyttäjät voivat olla reaaliaikaisesti vuorovaikutuksessa keskenään ja tuottaa ja kuluttaa sisältöjä huomattavasti entistä helpommin (Pönkä 2014: 29, 35).

Sosiaalisen median kehittymisen edellytyksenä on ollut *Web 2.0*, joka viittaa verkkopohjaisiin sovelluksiin, joissa käyttäjien on mahdollista luoda ja julkaista omaa sisältöään. Usein tarjolla on valmis alusta, jolle sisältöä voidaan luoda ja muokata vaihtelevissa määrin ja luotua sisältöä valvotaan hyvin vaihtelevasti esimerkiksi tekijänoikeuksien tai tietojen oikeellisuuden suhteen. Sisällöt vaihtelevat muodoiltaan hyvin paljon, mutta ovat usein reagoimista esimerkiksi uutisiin, omiin kiinnostuksenkohteisiin tai kokemuksiin, tai sitten niiden avulla jaetaan näkemyksiä tai kohdistetaan huomiota johonkin tärkeäksi tai mielenkiintoiseksi koettuun asiaan. Yksi sosiaalisen median ominaispiirre on kommentointimahdollisuus, joka on usein kielellistä osallistumista ja itsensä asemointia suhteessa toisiin. (Barton & Lee 2013: 9–10.)

Vuorovaikutus ja interaktiivisuus ovat sosiaalisen median teksteille ominainen piirre (Kortesuo 2012: 38). Vuorovaikutus esimerkiksi kommentoinnin, arvostelujen ja tagien, eli aiheutunnisteiden tai asiasanojen avulla on sosiaalisessa mediassa jopa yhtä tärkeää tai tärkeämpääkin kuin itse julkaistu sisältö (Page 2012a: 8). Yhteiskunnallinen vaikuttaminen ja keskustelu kukoistavat nopeassa ja länsimaalaiselle helposti saavutettavassa mediassa jopa niin paljon, että sen hallintaa voidaan kutsua osaksi yleissivistystä ja kansalaistaitoja (Pönkä 2014: 10). Yhteiskunnallisen vaikuttamisen kannalta

sosiaalisen median roolia on tutkittu esimerkiksi vuoden 2011 arabikevääksi kutsutuissa kansannousuissa. Aihetta tutkinut Lilly Korpiola toteaa Pönkän haastattelemana (2014: 19), että sosiaalinen media toi kansanousuille maailmanlaajuisen huomion ja auttoi ohittamaan sensuroidun valtavirtamedian nopeasti. Vaikka pääsy vuorovaikutukseen ja yhteistoimintaan on länsimaalaiselle helppoa ja esimerkiksi perinteisen median valta on kenties kaventunut, Page (2012a: 13, 96, 207 ja 2012b) painottaa varsin kriittisesti, että verkon ulkopuoliset hierarkiat ihmisten ja ryhmien välillä uusiutuvat kuitenkin helposti ja valta kasvaa siellä, missä sitä on jo ennestään. Sosiaalisessa mediassa näkyvyys ja huomion kerääminen ovat keinoja vahvistaa statustansa ja lisätä sosiaalista ja taloudellista hyötyä myös verkon ulkopuolisessa elämässä (Page 2012b).

Erilaisia verkkosisältöjä, kuten videoita, kuvia ja artikkelilinkkejä jaetaan toisten iloksi ja hyödyksi, mutta jaot rakentavat myös jakajansa roolia kertomalla tämän mielenkiinnon kohteista ja asiantuntemusalueista (Page 2012a: 109). Kun jaetaan erilaisia sisältöjä tai tarinoita, voidaan testata tai ylläpitää eri osallistujien asemien ja näkökulmien keskinäistä samankaltaisuutta ja osallistujien läheisyyttä (Georgakopoulou 2007: 40). Pönkän (2014: 168) mukaan jakaminen sosiaalisessa mediassa koskee myös avointa ajatusten ja tietojen jakoa esimerkiksi mielipiteinä tai vastauksina kysymyksiin. Hän jatkaa, että kiinnostavien sisältöjen jakajia todella arvostetaan ja omien havaintojeni mukaan nykyään jopa kilpaillaan siitä, kuka ehtii jakamaan uutta kiinnostavaa sisältöä ensimmäisten joukossa. Sen sijaan lähinnä itseä hyödyttävää strategista jakamista esimerkiksi puhtaassa promootiotarkoituksessa voidaan kutsua valejakamiseksi (emt. 169, Marwick & boyd 2010: 128). Tällaista voi olla esimerkiksi poliitikkojen vilkas vuorovaikutus ja mielipiteiden jakaminen äänestäjien kanssa ennen vaaleja, jos vuorovaikutus laantuukin välittömästi vaalien jälkeen (Pönkä 2014: 169).

Sisältöjen jakaminen on usein myös narratiivien jakamista. Narratiiveilla voidaan dynaamisesti rakentaa itseä ja omaa identiteettiä sekä toista suhteessa itseän. Kuten Georgakopoulou (2007: 40) sanoo tarinoista: *”they are also fundamental acts of sharing and through doing so, reaffirming closeness in positions and viewpoints, putting them to the test, or revisiting them.”* Roolien rakentamiseen vaikuttavat muun muassa rekisterin, koodin ja tyylin valinnat sekä äänet, joita narratiivin kertoja tuo tarinaansa. Kertoja voi esiintyä erilaisissa rooleissa tarinassa ja tarinan esittämisessä, sekä käydä esimerkiksi keskustelua itsensä tai kuvitellun tarinan osallistujan kanssa. Eri rooleilla kertoja voi korostaa tai häivyttää omaa asemaansa ja asettaa itseään tarkoituksellisesti tietynlaiseen valoon. (Georgakopoulou 2007: 15–16.) Georgakopoulou (emt. 36–50) esittää kanonisoituun narratiivien luokkaan uutta pienten tarinoiden (engl. *small stories*) ryhmää, johon kuuluisivat myös monet sosiaalisen median kertovat statuspäivitykset ja twiitit, jotka ovat lyhydestään huolimatta vaihtelevia, dynaamisia, avoimia ja muovailtavia. Tällaisia pieniä tarinoita määrittävät hänen (emt. 40) mukaansa erityisesti seuraavat kaksi asiaa. Ensinnäkin pienten tarinoiden kuvailemat tapahtumat ovat usein äs-

kettäin tapahtuneita, vielä meneillään tai niiden odotetaan tapahtuvan aivan hetken kuluttua, eli tarinoita määrittää jonkinlainen ajallinen välittömyys. Toiseksi tarinat nojaavat vahvasti välittömään kontekstiinsa ja viittaavat sekä viimeaikaiseen että luovat uutta osapuolten kesken jaettua kokemusta, tietoa ja tulkintapohjaa. Tarinat voivat raportoida henkilökohtaisia kokemuksia ja tapahtumia tai kertoa viimeisimpiä uutisia (engl. *breaking news*), jotka kertoja tuntuu haluavan välittää mahdollisimman nopeasti, kun tapahtuma saattaa olla vielä meneillään (emt. 42).

Ihmisen identiteetti muodostuu vuorovaikutuksessa muiden kanssa, kun koetellaan ja asemoidaan sosiaalisia normeja, eri näkökantoja, asenteita ja valta-asemia (Marwick & boyd 2010: 123). Sosiaalisessa mediassa voi osallistua anonyymisti tai keksityn identiteetin suojissa, mutta myös selkeästi omana itsenään, jolloin roolit verkossa tapahtuvan ja verkon ulkopuolisen elämän välillä voivat sekoittua tai olla yhtä. Verkkoidentiteetti voi olla myös tarkoituksellisesti brändätty tuote, joka voidaan saada aikaan esimerkiksi tuottamalla tietynlaisia sisältöjä tai kannattamalla säännöllisesti tiettyjä tahoja (Pönkä 2014: 31, 47). Identiteetti muodostuu myös kielen ja tyylin valinnasta sekä kulttuurisista viittauksista, ja näiden valikoitumiseen taas vaikuttaa se, millaiselle yleisölle käyttäjä kuvittelee esiintyvänsä (Marwick & boyd 2010: 115). Vuorovaikutus voi olla rajattua siten, että se tapahtuu ainoastaan jo verkon ulkopuolelta tuttujen ihmisten kesken tai muuten rajatun joukon kanssa. Jos vuorovaikutus on avointa, yleisö saattaa olla täysin tuntematon ja jopa aivan päinvastainen, kuin mille käyttäjä kuvittelee kohdistavansa tuottamansa sisällön. Bartonin ja Leen (2013: 56) mukaan yleisöt voidaan jakaa kolmeen pääryhmään, jotka ovat tuntemattomat, niin sanotut verkkotuttavuudet ja verkon ulkopuolelta tutut, joista kaikki voivat myös liikkua ryhmästä toiseen. On kuitenkin tärkeää huomioida, että vaikka yleisö olisikin tuntematon, kirjoittajalla saattaa olla osuvakin oletus tai toivomus siitä, millaisia henkilöitä yleisöön kuuluu esimerkiksi iän, sukupuolen tai kiinnostuksenkohteiden osalta. Esimerkiksi blogin kirjoittaja tuskin kohdistaa tuottamaansa sisältöä kaikelle kansalle. Sen sijaan bloggaajien kohderyhmänä ovat usein heidän itsensä kaltaiset ihmiset, joiden kanssa jaetaan samoja ajatuksia, arvoja ja kiinnostuksenkohteita, kuten uskonto, leipominen tai koirat (Myers 2010a: 24–25).

Kun ihminen ryhtyy käyttämään uutta sovellusta tai sivustoa, hän usein aloittaa soveltamalla vanhoja käytäntöjä, tai näkee uuden toiminnan jatkona jollekin, joka on aiemmin tapahtunut ilman verkkoyhteyttä (Barton & Lee 2013: 9). Esimerkiksi blogeja saatetaan pitää verkkoon siirrettynä ja julkiseksi muutettuna päiväkirjana ja erilaisiin kuvanjakopalveluihin voidaan soveltaa samoja periaatteita kuin fyysisten valokuva-albumien kokoamisessa. Käyttäjät saattavat käyttää uusia sovelluksia ja sivustoja toisin kuin niiden kehittäjät ovat suunnitelleet, mikä voi vaikuttaa myös sovellusten jatkokehitykseen (Barton & Lee 2013: 27.) Kuten jo tekstilajien ja niiden taustalla vaikuttavien yhteisöjen kohdalla tuli esiin, käyttöön otetaan mallia myös kokeneemmilta saman tekstilajin käyttäjiltä.

Sosiaalisessa mediassa intertekstuaalisuus ja intermediaalisuus ovat vahvasti läsnä kaikessa, sillä nopeuden vuoksi sisältöjen lainaus ja kommentointi moninkertaistuu, ja sisällöt liikkuvat medioiden välillä ennalta-arvaamattomasti (Ridell 2006: 212). Intertekstuaalisuus sosiaalisessa mediassa on esimerkiksi muiden tekstien kommentointia, lainausta tai niistä inspiroitumista, sekä tunnettujen tai ajankohtaisten lentävien lauseiden tai lausahdusten käyttöä (Myers 2010a: 45). Intermediaalisuudesta esimerkkinä on se, että sosiaalisessa mediassa viraali-ilmiöksi nousseet, tietyn mallin mukaiset meemit saattavat saavuttaa valtavirtamedioiden huomion myös verkon ulkopuolella (Knobel & Lankshear 2007: 204). Muun muassa tämän vuoksi runsas toimittajien läsnäolo Twitterissä on merkittävää, sillä he lisäävät ajankohtaiseksi nousevien aiheiden leviämistä Twitteristä muihin medioihin kuten verkko- ja sanomalehtiin (Pönkä 2014: 25). Meemit ovat kulttuureissa viruksen lailla leviäviä ideoita, tyylejä ja käyttäytymismalleja, ja verkkoympäristöissä meemeillä tarkoitetaan useimmiten humoristisilla teksteillä varustettuja kuvia, lyhyitä videoleikkeitä, lausahduksia tai henkilöitä, jotka saavuttavat laajan huomion (Knobel & Lankshear 2007: 199–203). Knobel ja Lankshear (emt. 218) jaottelevat internet-meemejä niiden funktioiden perusteella muun muassa sosiaalisiin kommentaareihin, absurdiin huumoriin ja huijauksiin.

3.2 Twitter palveluna

Twitter määritellään usein mikroblogiksi, eli jonkinlaiseksi blogin alalajiksi (Barton & Lee 2013: 38, Korteso 2012: 18, Myers 2010a: 33). Toiminta Twitterissä voi siis todennäköisesti jäljitellä sitä, kuinka blogeja on käytetty ja käytetään. Blogi-nimitys on lyhennys alkuperäisestä *web logista*, joissa tarkoituksena oli listata lokimaisesti linkkejä verkkosisältöihin (Myers 2010a: 8). Blogin juuret ovat siis sosiaalista mediaa vanhemmissa web logeissa, eli ajankohtaisten tai muuten kiinnostavien linkkien ja sisältöjen listauksissa, mutta nykykäsityksen mukaan blogi on kirjoittajansa julkaisemista, kommentoitavista artikkeleista koostuva verkkosivusto (Pönkä 2014: 124). Linkit ovat edelleen olennainen osa blogeja ja ne merkitään selvästi esimerkiksi alleviivauksella ja muusta tekstistä eroavalla värillä. Linkitys tekee blogeista intertekstuaalisia ja usein linkit ovat hyvin merkityksellisiä blogin tulkinnan kannalta (Myers 2010a: 8, 28). Linkit ovat yleisiä myös mikrobloggaamisessa, jossa linkeillä on osuutensa jakajansa roolin rakentajina, sillä ne kertovat jakajansa mielenkiinnon kohteista ja asiantuntemusalueista (Page 2012a: 109). Myers (2010a: 11) pohtii, että linkkien ansiosta blogeissa ei tarvitse eksplisiittisesti asettaa väittämiä, sillä väittämät paljastuvat jaettavaksi valituista linkeistä sisältöineen.

Bartonin ja Leen (2013: 29) mukaan blogi on kirjoitustila eli alusta, jota ei voi ajatella genrenä eli tekstilajina, tai tietynlaisena kielenkäytön muotona. Kuten monilla muilla alustoilla, myös blogilla on useimmiten tietty valmiiksi annettu rakenne, jota käyttäjä ei voi muuttaa. Sen sijaan käyttäjä voi

kirjoittaa blogin sisältöä tietyn tekstilajin, kuten päiväkirjan tai uutisten mukaisesti. Esimerkiksi matkailuun keskittyvät blogit voivat muodostaa tekstilajin, mutta blogi itsessään ei ole tekstilaji, vaan tila monenlaisille kielenkäytön mahdollisuuksille (mts.). Myers (2010a: 2) taas puhuu blogeista tekstilajina, mutta kyseessä on jatkuvasti muuttuva ja erityisen epävakaa tekstilaji. Muodon ja sisällön sijaan tätä tekstilajia muodostavat sille annetut käyttötarkoitukset ja käytön muodostamat sosiaaliset identiteetit (Myers 2010a: 15). Alasillan (2009: 24, 34) mukaan julkaisun lisäksi blogi on alusta vuorovaikutukselle, sillä jokainen blogimerkintä on mahdollinen keskustelunavaus tai osa jo olemassa olevaa keskustelua erityisesti linkityksen ja kommentointimahdollisuuksien ansiosta. Toisaalta Myersin (2010a ja 2010b) mukaan vuoropuhelun sijaan blogeissa keskitytään hyvin usein kirjoittajan itsensä esittämiseen ja asemointiin. Blogeja on usein verrattu päiväkirjoihin, mutta kuten edelläkin todettiin, verkkopäiväkirja on vain yksi tapa käyttää blogin tai mikroblogin tarjoamaa tilaa (Alasilta 2009: 22; Korteso 2012: 17) ja lisäksi blogien vuorovaikutusmahdollisuus erottaa ne selkeästi päiväkirjoista (Page 2012a: 54). Olennaista on se, että blogin avulla kuka tahansa kykenee ilmaisemaan mielipiteensä olematta asiantuntija tai palkattu mielipidekirjoittaja (Myers 2010a: 10), mikä pätee myös Twitteriin.

Barton ja Lee (2013: 38) määrittelevät Twitterin mikroblogipalveluksi, jossa voi kirjoittaa valmiiseen julkaisutilaan korkeintaan 140 merkin mittaisia viestejä, eli twiittejä, kertoen omasta toiminnastaan, ajatuksistaan tai tunteistaan jonakin hetkenä. Palvelua käytettiin alun perin tekstiviesteillä ja pituusrajoitus johtuikin aiemmasta tekstiviestien pituusrajoituksesta. Julkaisutilassa on vuosien saatossa muuttunut kysymys, joka johdattelee kirjoittajaa kertomaan, mitä hän juuri sillä hetkellä tekee tai ajattelee, tai mitä on parhaillaan tapahtumassa. Tätä kirjoittaessa suomenkielisen version kysymyksenä on ”Mitä tapahtuu?”. Barton ja Lee (emt. 52) ovat todenneet, että yhteisöpalvelu Facebookissa vastaavanlaisilla julkaisutilan kysymyksillä on ollut suuri vaikutus kirjoitettujen päivitysten muotoon ja jopa valittuun kieleen, sillä kysymys oli aluksi kaikille englanninkielinen. Kysymykset ovat ajan myötä muuttuneet henkilökohtaisista ja rajaavista avoimemmiksi samanaikaisesti, kun käyttäjät ovat alkaneet käyttämään julkaisutiloja luovemmin, kuin vastaamalla suoraan kysymykseen. Tapahtumaraportoinnin sijaan saatetaan esimerkiksi kertoa vitsi, esittää yllättävä huomio, lainata mieliteläusetta tai ilmaista henkilökohtainen mielipide. Johdattelevilla kysymyksillä on silti epäilemättä vaikutuksensa siihen, kuinka ihmiset ovat ryhtyneet kirjoittamaan twiittejä.

Twitter on hyvin yksinkertainen palvelu ja suurin osa sen käyttäjäprofiileista on julkisia. Twiittien kirjoittamisen ohella olennaisin ominaisuus on toisten käyttäjien seuraaminen, jolloin heidän twiittinsä tulevat näkyviin käyttäjän uutisvirtaan ja käyttäjä liittyy osaksi sosiaalista verkostoa. Suurempi seuraajamäärä kertoo suuremmasta suosioista ja statuksesta Twitterissä. Twiittejä ei aina suunnata erityisesti kenellekään, sillä ne tulevat kaikkien seuraajien luettavaksi. Englannin kielen verbi *twitter* ja palvelun lintulogo viittaavat lintujen jatkuvaan viserrykseen, jossa ei odoteta vastausta

jokaiselle twiitille, vaan viserretään hetkittäin esimerkiksi vain omaksi iloksi. Twiitit voivat olla myös keskustelua toisten käyttäjien kanssa tai toisten kirjoittamien twiittien välittämistä omille seuraajille. Esimerkiksi keskustelussa twiitin voi kohdistaa yhdelle tai useammalle henkilölle liittämällä heidän @-merkillä alkavat Twitter-käyttäjätunnuksensa twiittiin, jolloin käyttäjät saavat ilmoituksen kyseisestä twiitistä. (Zappavigna 2011: 790, Pönkä 2014: 97.) Kun twiitin osoittaa toiselle käyttäjälle, voivat myös muut päästä jäljille keskustelun kulusta Twitterissä (Kortesuo 2012: 50). Edelleenvälityksen lisäksi toisten kirjoittamia twiittejä voi merkitä suosikeikseen tai vastata suoraan twiitin alle, jolloin muodostuu twiittien ketju. Usein keskusteluun osallistuu enemmän kuin kaksi henkilöä, jolloin ketju muuttuu epälineaariseksi twiittien verkostoksi, josta jälkikäteen on vaikea hahmottaa sen kulkua (Pönkä 2014: 98). Julkis-henkilökohtaisessa palvelussa keskustelut ja vastaukset voi nähdä kuka tahansa, ja kuka tahansa voi myös osallistua keskusteluun melko matalalla kynnyksellä. Mahdollisuus yksityisviesteihinkin on olemassa, mutta tällöin molempien osapuolten on seurattava toisiaan jo valmiiksi. Yksittäinen twiitti irtoaa helposti alkuperäisestä julkaisukontekstistaan, sillä se voi olla toisen henkilön uudelleenvälittämä, se voi ilmestyä yhtäaikaaisesti sekä alkuperäisen kirjoittajansa profiiliin että hashtagien perusteella tietyn aihepiirin twiittejä kokoavalle sivulle, tai se voidaan poimia televisio-ohjelmaan näkymään ruudun alareunassa, jos twiitti esimerkiksi kommentoi kyseistä ohjelmaa. Julkisten käyttäjäprofiilien ja twiittien monien leviämistapojen vuoksi kirjoittaja ei voi ennustaa todellisia twiittinsä vastaanottajia, joten käyttäjien on kuviteltava yleisönsä, jolle kirjoittaa. (Marwick & boyd 2010: 116–117.)

Seuraava kuva havainnollistaa, miltä työni kirjoitushetkellä on näyttänyt Twitter-verkkoetusivun julkaisutila ja viimeisin uutisvirran twiitti julkaisutilan alapuolella. Ajankohtaisuus korostuu aikaleimalla, joka kertoo, että kuvitteellinen henkilö *kayttajatunnusX* on julkaissut twiitin kaksi minuuttia sitten. Leiman tarkkuus väljentyy aikaeron kasvaessa, ja vuorokauden jälkeen se ilmoittaa vain päivämäärän (Page 2012a: 188). Tekstuaalisesti twiitti koostuu varsinaisesta tekstistä, eli kirjoitetusta twiitistä, sekä välineen automaattisesti luomasta *paratekstistä*, johon kuuluvat järjestyksessä käyttäjän palveluun antama nimi, @-merkillä alkava käyttäjätunnus sekä aikaleima. Paratekstiä ovat kaikki ymmärtämistä ohjaavat, usein typografisesti leipätekstistä erotetut aputekstit, kuten otsikot. (Heikkinen, Lauerma & Tiililä 2012: 104.) Toisinaan paratekstiin kuuluvaksi voidaan lukea myös kuvat (Heikkilä 2006: 21), joita Twitterin tapauksessa ovat käyttäjien pienet profiilikuvat.



KUVA 2. Twitterin julkaisutila ja esimerkkitwiitti

Palvelu on kiinnostava, koska se tuo uusia mahdollisuuksia ja haasteita vuorovaikutukselle ja kielenkäytölle. Parhaimmillaan sen käyttäjät esimerkiksi välittävät reaaliaikaisia uutisia avoimesti miljoonille käyttäjille nopeammin kuin mikään muu tiedotusväline tällä hetkellä (Pönkä 2014: 27, Page 2012a: 94). Ajankohtaisuus on olennainen piirre, sillä uutisvirroissa ja käyttäjien sivuilla vanhat twiitit tippuvat alemmas uudempien tieltä ja esimerkiksi yksittäisen käyttäjän sivulla voi löytää ja selata vain tietyn määrän uusimpia twiittejä. Koska taustoittamiselle ei ole tilaa, twiittien tulkinta vaatii usein tietoa ajankohtaisista aiheista esimerkiksi mediassa, mikä taas tekee niistä myöhemmin vaikeammin ymmärrettäviä, koska ajankohtainen tilanne ei tue tulkintaa. Aikaleiman lisäksi ajankoh- taisuutta lisäävät nykyhetkeen tai lähitulevaisuuteen viittaavat ilmaukset, kuten *just*, *today* ja *now*, jotka on todettu englanninkielisissä twiiteissä huomattavan usein esiintyviksi ja selvästi yleisemmiksi kuin menneisyyteen viittaavat (Page 2012a: 101–102). Samoin myös kirjoittajan läheisyyttä osoittava *here* on selvästi kauemmas osoittavia ilmaisuja yleisempi (emt. 102). Reaaliaikaisilla twiiteillä voikin kommentoida tai selostaa samanaikaisia tapahtumia, niin että ne voivat muodostaa episodisen sarjan (Page 2012a: 107). Reaaliaikaisilla Twitter-kommentaareilla on jotakin yhteistä urheiluselostusten kanssa, vaikka ne eivät Pagen (2012a: 108) mukaan pyri useinkaan antamaan kattavaa kuvaa tapah- tumasta, jota twiitin lukija ei näe tai koe. Sen sijaan kommentaarien tarkoituksena on jakaa omia näkökulmia, reaktioita ja tulkintoja tapahtumista kanssaseuraajille. Jälkikäteen ilman tietoa twiitin kommentoimasta tapahtumasta kommentaarit jäävät usein epäselviksi, sillä ei ole selvää mihin ne tarkalleen ottaen viittaavat sisältäessään esimerkiksi demonstratiivipronomineja (emt. 109). Kuten Page (2012a: 109) asian tiivistää: ”*The Twitter commentary is supposed to be consumed in conjunc- tion with the mainstream media, not in isolation from it*”. Myös Zappavignan (2012: 32) mukaan Twitter voi toimia niin sanottuna taustakanavana esimerkiksi mediatapahtumien tai koulutuksen tu- kena. Kysymys on jaetusta kokemuksesta, jota kommentoidaan kuin tapahtumaa seurattaisiin yhdessä ja samassa tilassa, jossa kaikilla on pääsy samaan kokemukseen. Twitterissä voi selvittää, mitä muut sanovat jostakin aiheesta juuri nyt, ja samanmielisten kanssa voi muodostaa hetkellisiä tai pidempi- aikaisia kytköksiä (Zappavigna 2011: 804).

Konteksti on tulkinnan kannalta erittäin merkityksellinen, sillä useissa twiiteissä on suuri merkitys reaaliaikaisuudella, ajankohtaisilla aiheilla, kirjoittajan henkilökohtaisella toiminnalla ja kiinnostuksenkohteilla. Enemmistö twiiteistä on julkisia ja blogimaiseen tapaan niiden tavoitteena on useimmiten tuoda julki ajatuksia, tietoja, tapahtumia ja mielipiteitä, osallistua ajankohtaiseen keskusteluun sekä saada aikaan vuorovaikutusta. Saman käyttäjän peräkkäiset twiitit voivat liittyä samaan aiheeseen ja muodostaa jopa jonkinlaisen tarinalinjan, mutta usein twiitit ovat täysin itsenäisiä ja toisistaan riippumattomia (Page 2012a: 10). Twiittien rajattu merkkimäärä pakottaa ytimekkääseen kielenkäyttöön, eikä tilaa tarkennuksille, selityksille ja perusteluille jää juurikaan. Twiiteissä olennaista onkin luottamus siihen, että lukija ymmärtää kontekstin ja osaa tulkita lyhyen tekstin kirjoittajan tarkoittamalla tavalla. (Scott 2011: 9–10.) Pyhälahden mukaan (2014) on hyvin todennäköistä, että pakollinen merkityksellisimmän tiedon tiivistäminen kehittää myös kirjoitustaitoa. Tekstin lisäksi julkaisutilaan voi lisätä kuvia, emojiä, linkkejä ja videoita, jotka laajentavat twiittejä multimodaalisiksi kokonaisuuksiksi, joissa kaikki osat on huomioitava merkityksen ymmärtämiseksi.

Sosiaalisen median ja Twitterin kohdalla on nostettava esiin myös erilaiset tagit. Verkkomaailmassa käytetään jatkuvasti enemmän erilaisia *tageja* eli aihetunnisteita ja asiasanoja, jotka luokittelevat tai kuvaavat sisältöjä ja liittävät saman aihepiiriin sisältöjä yhteen. Tunnisteet voivat olla konventionaalisia tiedonhaussa käytettyjä asiasanoja, innovatiivisia ja humoristisia pienen piirin sanontoja ja kaikkea siltä väliltä (Barton & Lee 2013: 37). Virallisempien asiasanojen muodostamia suunnitelmallisia kokonaisuuksia kutsutaan *taksonomioiksi*, mutta niin sanottujen tavallisten ihmisten luomiin ja käyttämiin tunnisteisiin viitataan *folksonomioilla* (Pönkä 2014: 185). Aihetunnisteita voidaan käyttää lukemattomin eri tavoin, esimerkiksi vain kuvailemaan sisältöä, antamaan humoristinen sävy tai liittämään sisältö osaksi laajempaa aihetunnisteen mukaista keskustelua, jolloin ne toimivat vuorovaikutusvälineenä. Ne lisäävät myös avoimuutta, sillä niiden avulla kuka tahansa voi hakea ja löytää sisältöjä, jotka taginsa perusteella käsittelevät tiettyä asiaa (Pönkä 2014: 28). Tämä taas antaa mahdollisuuden osallistua itseä kiinnostaviin keskusteluihin ja päästä osaksi verkkoyhteisöjä.

Twitterissä tageja ei ollut alun perin, vaan ne syntyivät käyttäjien tarpeesta luokitella ja löytää eri aiheita koskevia twiittejä. Syntyneet hashtagit kuitenkin hyväksyttiin osaksi palvelua. Hashtag muodostuu #-merkistä (engl. *hash symbol*) ja sitä kiinteästi seuraavasta merkkijonosta, joka kokonaisuutena on hyperlinkki kaikkien täysin samalla hashtagilla merkittyjen sisältöjen listaan. Hashtag voi olla erillisenä twiitin lopussa tai sana tai ilmaisu lauseen osana. Hashtageja voi keksiä rajattomasti, kekseliäimmät ja ajankohtaisimmat voivat nousta julkisuuteen ja puheen tasolle ja ne voivat olla esimerkiksi tarkoituksellisia kampanjoiden nimiä. (Scott 2015: 12.) Hashtagit ovat levinneet Twitteristä myös muihin palveluihin, kuten kuvanjakopalvelu Instagramiin.

Tässä työssä käytän systemaattisesti termiä *hashtag*. Kielitoimiston sanakirja (2016) suosittelee käytettäväksi suomenkielistä termiä *aihetunniste*, mutta Twitterin kontekstissa hashtag on erityinen tapaus, jonka merkitykset ja käyttötavat ovat monipuolisempia kuin aihetunnisteilla yleisesti (Zappavigna 2011: 791, 800). Twitterissä tärkeiden hashtagien käyttöä ovat tutkineet monien muiden ohella Ruth E. Page (2012b), Michele Zappavigna (2011) ja Kate Scott (2015). Scottin (2015: 8) mukaan hashtageilla voi ohjata lukijoiden tulkintaa teksteissä, joissa on vain vähän tilaa taustoitukselle tai esimerkiksi asennoitumisen osoittamiselle. Lisäksi hashtageilla voi luoda twiitteihin erilaisia tyylejä, kuten epämuodollisuutta tai persoonallisuutta (emt.). Hashtag voi olla putkeen kirjoitettu lause, kirjoittajan suhtautumisen ilmaisu tai twiittiin sarkastisesti suhtautuva vitsi, jota kukaan muu ei tule koskaan käyttämään tai etsimään hashtagina, joten sitä on vaikea ymmärtää perinteisesti aihetunnisteeksi. Zappavigna (2011: 800) antaa esimerkiksi oman aineistonsa hashtagin *#finallyicansleepatnight*, joka leikitellen vahvistaa eräässä twiitissä ilmaistua positiivista arviota ja luo hieman humoristisen mielikuvan kirjoittajasta. Zappavignan (emt. 789, 791) mukaan hashtagit voivat muistuttaa metadattaa, jolla voi merkitä kohteen, jota twiitissä arvioidaan, jolloin muut pääsevät tutkimaan toisten mielipiteitä ja suhtautumista. Tiettyjen hashtagien avulla voidaan näin muodostaa samanmielisten tai samoista asioista kiinnostuneiden hetkellisiä kytköksiä ja twiittien ketjuja.

Twitter eroaa esimerkiksi yhteisöpalvelu Facebookista siinä, että käyttäjien kynnys verkostoitumiseen on matalampi, koska Twitterissä on tapana seurata tuntemattomiakin ihmisiä esimerkiksi yhteisen kiinnostuksenaiheen perusteella. Tällaiset yhteydet ovat usein yhdensuuntaisia, mutta voivat muuttua matalan kynnyksen ansiosta myös kahdensuuntaisiksi yhteyksiksi, jollaisia ovat kaikki Facebookin molemminpuolista hyväksyntää vaativat yhteydet (Pönkä 2014: 171). Jos seuraajamäärät nousevat korkeiksi, on henkilökohtainen ja vastavuoroinen viestintä yhdeltä yhdelle käytännössä mahdotonta useiden eri seuraajien kanssa. Tällöin päädytään henkilökohtaisen keskustelun sijaan yhdeltä monelle suunnattaviin esityksiin, jotka tarjoavat lukijoille yleisömassan roolia. Niinpä sosiaalinen media, jonka ajatellaan osallistavan ja tarjoavan mahdollisuuksia vastavuoroiseen kommunikointiin perinteisemmistä medioista poiketen, päättyy helposti tilanteeseen, jossa yleisömassat seuraavat suosittuja käyttäjiä saamatta vastavuoroista huomiota. (Page 2012a: 207.) Myös muut kuin julkisuudenhenkilöt ja tuhansien seuraamat julkaisevat yhdeltä monelle suunnattuja päivityksiä, koska kaikkien kanssa vastavuoroinen viestintä sosiaalisessa mediassa vaatisi paljon resursseja.

Marwick ja boyd (2010) korostavat, että yhdeltä monelle suunnatut päivitykset johtuvat siitä käytännön seikasta, että sosiaalisessa mediassa eri yleisöt, kuten perhe, ystävät, työkaverit ja tuntemattomat samoista asioista kiinnostuneet ihmiset sulautuvat yhdeksi suureksi yleisöksi, jonka kaikille osallisille joudutaan tai voidaan viestiä samalla kertaa. Twiittaajien on käytännössä mahdotonta tietää, ketkä tulevat todella lukemaan twiittejä, joten käyttäjät kirjoittavat usein kuvitellulle yleisölle

olematta varmoja siitä, mikä on lukijoiden mielestä sosiaalisesti hyväksyttävää tai edes ymmärrettävää. Jokainen todellisen yleisön jäsen saattaa tehdä täysin erilaisen tulkintansa twiitistä. (Scott 2011: 11, Marwick & boyd: 2010.) Marwickin ja boydin (2010) mukaan Twitterin käyttäjät hahmottavat yleisönsä hyvin eri tavoin, mutta monet ajattelevat kirjoittavansa ystäville ja niin sanotuille faneilleen tai vain itselleen. Yleisön kuvittelua, tietoista yleisölle kirjoittamista ja itsensä esittämisen pohtimista pidetään toisinaan epäautenttisena, mitä useat Twitterin käyttäjät sanovat välttelevänsä, vaikka todellisuudessa on hyvin epätodennäköistä, että kukaan twiittaisi ajattelematta ainakin alitajuisesti vastaanottajia (Marwick & boyd 2010: 119). Muiden sosiaalisen median palveluiden tavoin Twitterissä voidaan tuottaa ja ylläpitää niin sanottua julkisstatusta (Page 2012a: 96). Ajatus tällaisesta mikrojulkisuudesta (engl. *micro-celebrity*) esittää, että seuraajien muodostamaa joukkiota voi strategisesti käsitellä, mikä tapahtuu aktiivisella läsnäololla, taktisella vuorovaikutuksella ja tietoisella faneille kohdistuvalla twiittaamisella tietyistä aihealueista (Marwick & boyd 2010: 121). Myös hashtageilla voidaan tietoisesti lisätä twiittien ja käyttäjän näkyvyyttä, kun valitaan ajankohtaisia ja muiden aktiivisesti seuraamia hashtageja (Page 2012b). Näitä menetelmiä hyödyntävät myös monet, joilla todellisuudessa on jo julkisuudenhenkilön status.

Page (2012a: 23, 107) on todennut, että julkisuudenhenkilöiden twiitit pyrkivät lisäämään heidän faniensa sitoutumista ja tarjoavat faneille ennemmin tietoa julkisuudenhenkilöiden toiminnasta kuin vertaisten vuorovaikutusta. Twiitit ovat oiva väline fanien ja seuraajien sitouttamiseen, sillä mobiiliteknologian ansiosta välittöminä ja usein spontaaneilta vaikuttavina twiitit luovat intiimin tunteen, ikään kuin pääsisi katsomaan twiittaajan arkea juuri nyt kulissien takaa ja hyvin läheltä (emt. 95, 201). Julkisuudenhenkilöiden Twitter-toimintaa on tarkasteltu myös Gayle S. Steverin ja Kevin Lawsonin (2013: 339) psykologian alaan kuuluvassa tutkimuksessa, jossa todetaan julkkisten pitävän Twitter-keskusteluja merkityksellisenä mahdollisuutena kommunikoida fanien ja toisten julkkisten kanssa. Tutkimuksen (emt. 349) mukaan julkisuudenhenkilöt käyttivät Twitteriä ensisijaisesti sosiaaliseen kommunikointiin, toiseksi markkinoivan informaation levittämiseen esimerkiksi tuotteista, esiintymisistä ja tapahtumista, ja kolmanneksi kommunikointiin fanien kanssa ilman markkinointitarkoitusta. Twitter antaa julkkiksille uuden ja henkilökohtaisen mahdollisuuden kommunikoida fanien kanssa, ilman että he joutuvat luopumaan yksityisyydestään tai luovuttamaan henkilökohtaisia tietojaan (emt. 340).

Käytännössä Twitterissä suositut yritykset ja julkisuudenhenkilöt keräävät ympärilleen suuren sosiaalisen verkoston, jonka yhteyksistä huomattava osa on yhdensuuntaisia, eikä niin sanottua vertaisviestintää ole lähimainkaan kaikkien kesken (Page 2012a: 94–96). Suositut twiittaajat lähettävät twiittejä suurelle yleisölleen, joka tuntee twiittaajan, kun taas tälle yleisö voi jäädä kasvottoman ja passiivisen seuraajamassan rooliin. Toisinaan julkisuudenhenkilöillä saattaa silti olla hyvinkin yksityiskohtainen näkemys siitä, millaisista käyttäjistä heidän seuraajansa muodostuvat ja minkälaiset

twiitit seuraajia kiinnostavat (Marwick & boyd 2010: 121). Kaikesta huolimatta yleisö ei todellisuudessa ole passiivinen vastaanottaja, sillä ihmiset käyttävät ja tulkitsevat vastaanottamaansa sisältöä monin tavoin (Myers 2010a: 9). Yhteyksien vastavuoroisuus tietenkin vaihtelee, ja useimmat suositut twiittaaajat käyvät toisinaan myös keskustelua niin sanottujen tavallisten ihmisten ja toisten julkisuudenhenkilöiden kanssa. Suositujen käyttäjien ja yleisömassojen kehittymiseen vaikuttaa myös se, että Twitterissä on paljon enemmän passiivisia seuraajia, kuin aktiivisia twiittaaajia. Palvelussa saattaa päteä Pareton periaate (Pönkä 2014: 37), jonka mukaan vain noin 20 % käyttäjistä tuottaa 80 % kaikesta sisällöstä. Sisällöntuottajia on vain pieni osuus kaikista käyttäjistä, mutta kuluttajia on sitäkin enemmän (emt. 31). Esimerkiksi kun suomenkielisten käyttäjien määrä oli vuonna 2014 ylittänyt jo 500 000 käyttäjää, oli aktiivisia käyttäjiä viikoittain silti vain 33 000–44 000 (emt. 23). Aineistoni muodostuu juuri näiden aktiivisten ja myös hyvin suosittujen käyttäjien twiiteistä.

Twitteriä ja twiittejä tutkitaan jatkuvasti enemmän, vaikka tutkimus erityisesti suomen kielen kannalta on ollut vielä melko vähäistä. Tutkimuksen vähyyttä voisivat osaltaan selittää suomalaisten hitaasti kehittynyt Twitter-aktiivisuus (Pönkä 2014: 25) sekä Twitter-tilastoinnin vaikeus, sillä esimerkiksi hakukoneiden on vaikea tunnistaa suomenkielisiä twiittejä (Nummela 2013). Suomessa Twitteriin liittyvää tutkimusta on tehty kielenkäytön sijaan lähinnä viestintätieteiden alalla ja sisällönanalyysin keinoin, kun on tarkasteltu palvelua esimerkiksi osana mediatapahtumia. Pro gradu -tutkielmista esimerkiksi Anniina Eloranta on vuonna 2015 valmistuneessa työssään tutkinut suomalaisten live-twiittaamista vaalikeskustelun aikana. Oman työni kannalta merkityksellinen näkökulma Elorannan työssä oli, että live-twiittaaminen sosiaalistaa katselukokemusta yhdessä kommentoiduksi tapahtumaksi. Vuoden 2015 viestintätieteiden pro gradu -työssään Hanna Lantto on tarkastellut teemoja toimitusjohtajien twiiteissä. Selvästi suurin osa teemoista liittyi ammatillisiin asioihin, mutta mukana oli myös yksityiselämään liittyviä teemoja, joiden nähtiin lyhentävän psykologista välimatkaa kirjoittajan ja lukijan välillä. Niku Hooli on tehnyt vuoden 2014 pro gradu -tutkielmassaan sisällönanalyysia suomalaisesta Twitter-parodiasta. Vastaavaa laadullista sisällönanalyysia on käyttänyt myös Tommi Aho samana vuonna valmistuneessa pro gradussaan, joka tutki twiittien perusteella ihmisten suhtautumista ja ajatuksia Nokian ja Microsoftin yrityskaupoista. Ahon työ lähestyy omaa tavoitettani siinä mielessä, että hän kartoitti merkityksiä tekstien takana. Jani Roineen vuonna 2010 valmistuneessa pro gradussa taas tarkasteltiin Twitterin kanssa kilpaillutta mikroblogipalvelu Jaikua ja sitä, millaisia motiiveja mikrobloggaamisen taustalla on ollut. Timo Riihentupa työstää Turun yliopistossa pro gradu -tutkielmaansa siitä, kuinka erityisesti urheilun ja jalkapallon yhteydessä Twitter haastaa vahvasti niin sanotun perinteisen median ja toimittajat reaaliaikaisuudellaan. Nopeuden lisäksi palvelun etuja ovat Riihentuvan mukaan mobiilisoveltuvuus, informaatio- ja viihdearvo sekä osallistujien samanhenkisyys. Kaikkien näiden tutkielmien perusteella twiitit ovat erittäin monimer-

kityksisiä tekstejä, joilla osallistutaan maailmaan ja tuodaan oma ääni osaksi ajankohtaista keskustelua ja vuorovaikutusta. Oma työni pyrkii selventämään sitä, miten tämä osallistuminen konkreettisesti tapahtuu ja näkyy kielen tasolla ja multimodaalisessa aineksessa.

4 AINEISTO JA MENETELMÄT

4.1 Aineisto, keruu ja tutkimusetiikka

Aineistoksi olen kerännyt maaliskuussa 2015 neljäkymmentä tuoreinta twiittiä kymmeneltä suomalaistwiittaajalta, eli yhteensä twiittejä on 400. Kaikki edelleenvälitetyt twiitit eli retwiitit olen karsinut pois, koska halusin tarkastella nimenomaan käyttäjien itse kirjoittamia tekstejä. Twiittejä itsekin tutkinut Crystal (2011: 40–41) suosittelee jättämään edelleenvälitykset pois aineistosta, koska niissä on vain hyvin harvoin välittäjän saate tai selitys siitä, miksi twiitti on välitetty. Edelleenvälityksissä ei tällöin luoda mitään uutta, välittäjän suhtautuminen twiittiin ei selviä ja osallistujarooli typistyy välittäjäksi. Myös Pagen (2012: 115) tutkimuksessa edelleenvälitettyjen twiittien oheen kirjoitettiin hyvin harvoin mitään. Lisäksi olen karsinut aineistosta pois kokonaan vieraskieliset twiitit, mutta osa twiitistä on voinut olla muuta kieltä kuin suomea. Vältin valitsemasta twiittaajia, joilla oli kirjoittamisen sijaan tapana jakaa Twitteriin alun perin muualla julkaistuja sisältöjä, jotka useimmiten olivat liian pitkiä Twitterin 140 merkin julkaisutilaan. Tällaiset twiitit eivät siis näy Twitterissä kokonaisina, mutta jakamisen yhteydessä twiittiin syntyy automaattisesti linkki, jota klikkaamalla pääsee kokonaisen sisällön luo alkuperäiseen sijaintiin. Kuitenkin aineistooni päätyi noin 40 alun perin muualla julkaistua sisältöä, joista 19 ei näkynyt Twitterissä kokonaisina. Muille käyttäjille kohdistettuja keskustelutwiittejä on aineistossani, mutta käyttäjän on pitänyt kirjoittaa ne omaan julkaisutilaansa tai oman twiittinsä kommentiksi, eikä osaksi twiittiketjua tai -verkostoa muualla Twitterissä. Olen kerännyt kaikki twiitit käyttäjien oman profiilisivun oletuksena näkyvästä twiittien listasta ja twiitit on kerätty kokonaisina riippumatta siitä, millaista sisältöä niissä on. Aineistossa näkyy siis multimodaalinen sisältö, typografiset keinot ja tahalliset tai tahattomat poikkeamat perinteisestä kieliopista ja kirjoitusasuista.

Valitsin aineistooni yksityishenkilöiden tilejä, koska esimerkiksi yhteisöjen ja organisaatioiden tileille saattavat kirjoittaa useat eri henkilöt tai viestintää työkseen tekevät työntekijät, joilla hyvin mahdollisesti on käytössään esimerkiksi osallistujarooleihin puuttuva viestintäsuunnitelma. Yhteisöjen ja organisaatioiden Twitter-käytön taustalla saattaa olla viestintävelvollisuus tai yksinkertaisesti työnteko, kun taas valitsemillani yksityishenkilöillä twiittaaminen on enemmän vapaaehtoista tai omista henkilökohtaisista intresseistä lähtevää. Toisaalta myös yksityishenkilöt voivat enemmän tai vähemmän suunnitelmallisesti tukea Twitterin käytöllä omaa työtään. Julkisuudenhenkilöiden tilejä saattaa päivittää assistentti tai kokonainen promootiotiimi, mistä huomauttavat myös Stever ja Lawson (2013: 345) ja Page (2012a: 97) omissa tutkimuksissaan. Jos tiliä päivittää joku muu kuin henkilö itse, sen näkee usein selvästi, kun minä-muodon sijaan tilin käyttäjään viitataan kolmannessa persoonassa ja twiitin lopussa voi olla tiimin allekirjoitus. Tällaiset olen jättänyt pois aineistosta.

Kaikki aineistoni twiittaajat ovat tunnettuja julkisuudenhenkilöitä, jotka ovat olleet jo pitkään suomenkielisen Twitterin seuratuimpia, sillä kaikilla heistä oli jo aineiston keruuhetkellä yli 50 000 seuraajaa. Kyseisten julkisuudenhenkilöiden tilit Twitterissä ovat julkisia, mikä tarkoittaa sitä, että heidän twiittejään voi lukea kuka tahansa ilman palveluun kirjautumistakin. Henkilöt voisi jakaa karkeasti toimittajiin, juontajiin, poliitikkoihin ja viihdetaiteilijoihin, eli kaikkien ammatillinen toiminta on julkista. Nämä julkiset, ammatilliset roolit huomioidaan myös analyysissä. Aineisto ei ole edustava otos suomalaisista twiittaajista tai edes suomalaisista julkkistwiittaajista, sillä kyseessä on melko homogeeninen joukko suomalaisia miehiä, jotka työskentelevät julkisuudessa ja käyttävät työssään jatkuvasti vaikuttavaa kieltä. Työni tuloksia ei voi siis yleistää, mutta ne kertovat siitä, millaisia osallistujarooleja twiiteissä voi rakentua ja millaista mallia kokeneet ja seuratut twiittaajat antavat uusille tulokkaille.

Harto Pönkä määrittelee *Sosiaalisen median käsikirjassa* (2014: 177–181) erilaisia sosiaalisen median käyttäjien rooleja, jotka perustuvat käyttäjien toimintaan, asemaan ja vuorovaikutukseen verkostoissa. Roolit eivät pohjaa tutkimustuloksiin, mutta sosiaalisen median käyttäjänä ne voi myöntää osuviksi havainnoiksi. Esimerkiksi mielipidejohtajat sytyttävät keskusteluita, heiltä kysytään asioita ja heitä kyseenalaistetaan muita vähemmän. Suosion puolesta vastaava ryhmä ovat julkkikset, jotka kuitenkin Pönkän mielestä pysyvät ja saavatkin pysyä hiljaisempina. Hänen mukaansa omaperäisiä tai älykkäitä sisältöjä tuottavat julkkikset ovat enemmän poikkeus kuin sääntö, mutta omassa työssäni koko aineiston ovat kirjoittaneet juuri tällaiset julkkikset, jotka tosin ovat saattaneet ansaita julkisuutensa olemalla alun perin mielipidejohtajia. Twitterin seuratuimmat ihmiset ovat poikkeuksetta julkisuudenhenkilöitä, mutta twiittaajista voi myös tulla julkisuudenhenkilöitä juuri sosiaalisessa mediassa ansaitsemansa suosion ansiosta (Page 2012a: 95–96).

Käytännössä kaikkia aineistoni twiittaajia voi kutsua mediaesiintyjiksi, joita työni kirjoitushetkellä on voinut kuvailla muun muassa seuraavin tavoin. Lähes päivittäin valtavirtamedioissa esiintyvä Alexander Stubb on valtiovarainministeri, kansanedustaja ja Kansallisen Kokoomuksen puheenjohtaja, joka twiittien keruuhetkellä toimi vielä pääministerinä. Paavo Arhinmäki on kansanedustaja ja Vasemmistoliiton puheenjohtaja, joka entisen kulttuuri- ja urheiluministerin toimensa ulkopuolellakin esiintyy kulttuurin ja urheilun ystävänä. Pekka Haavisto on Vihreän liiton kansanedustaja, ulkoministerin erityisedustaja Afrikan kriisialueilla ja vuonna 2012 hän oli myös presidenttiehdokkaana toisella kierroksella. Arman Alizad on aiemmasta vaatturin urastaan luopunut toimittaja, ohjelmatuottaja ja juontaja, joka on tunnettu erityisesti vieraisiin kulttuureihin ja matkailuun keskittyvistä televisio-ohjelmistaan. Tuomas Enbuske on juontaja, toimittaja ja vahvojen mielipiteiden kolumnisti, joka on ollut mukana monissa radio- ja televisio-ohjelmissa. Riku Rantala on toimittaja, ohjelmatuottaja ja juontaja, joka on tullut tunnetuksi matkailuun keskittyvästä Madventures-ohjelmasta sekä do-

kumenttisarja Docventuresista. Aleksi Valavuori on juontajana ja urheilumanagerina toiminut liikemies, joka esiintyy aktiivisesti urheilun ja vedonlyönnin puolestapuhujana. Esko Seppänen on myös vedonlyönnin puolestapuhuja ja urheilutoimittaja, joka tunnetaan sosiaalisessa mediassa myös urheiluun liittyvää sisältöä tuottavan *urheilujätkä*-käyttäjänimen takana. Aku Hirviniemi on näyttelijä, joka on tullut tunnetuksi erityisesti osallistumisestaan television sketsiohjelma Putoukseen ja viihdeohjelma Posseen. Jari Sarasvuo on liikemies ja juontaja, joka on tunnettu valmennusfilosofiaansa myyvänä yritysvalmentajana. Oman työni kannalta näitä kaikkia rooleja tärkeämpää on kuitenkin henkilöiden tunnettuus ja aktiivisuus nimenomaan sosiaalisessa mediassa.

Twiiittaajien valintaedellytyksiä olivat aktiivinen toiminta Twitterissä suomen kielellä, vähintään 50 000 seuraajaa keruuhetkellä, oletettu omatoimisuus twiittien kirjoittamisessa ja se, että Twitter suosittelee kyseisiä henkilöitä seurattavaksi Suomeen paikannetuille käyttäjätileille. Suosittele ja lisääntyvä seuraajien määrä ruokkivat toisiaan kehämäisesti, mikä osaltaan voi selittää korkeita seuraajamääriä. Naiset karsiutuivat pois, koska yli 50 000 seuraajaa oli keruuhetkellä vain Tarja Halosella, joka taas twiittasi vain hyvin harvoin ja joskus avustajansa toimesta. Olisi mielenkiintoista pohdita, miksi suomalaisnaiset saavuttavat suuria seuraajamääriä miehiä hitaammin, mutta se ei ole tämän työn tehtävä. Työssäni en siis ota tämän enempää kantaa sukupuolen rooliin twiittaamisessa, mutta esimerkiksi Page (2012a: 60) on havainnut blogimaailmassa naisten pyrkivän teksteillään luomaan sosiaalisesti jaettuja tunnetiloja, kun taas miehet tyytyvät suoraviivaisempaan raportointiin, joka sopii hyvin lyhyisiin ja ytimekkäisiin twiitteihin.

Tutkimuseettisesti olisi hyvätapaista kysyä tutkimuslupa valitsemiltani twiittaajilta, mutta toisaalta he ovat omalla päätöksellään kirjoittaneet twiittinsä täysin julkisiksi ja Twitterin toiminta perustuu osittain juuri matalaan kynnykseen seurata muun muassa julkisuudenhenkilöitä. Aineisto ei siis kuulu yksityisyyden suojan piiriin, sillä se on julkisesti saatavilla (Tiittula 2012: 442, Kuula 2015: 77, Page 2012a: 95). Kuulan (2015: 187–189) mukaan esimerkiksi blogien kirjoittajilta ei tarvitse pyytää lupaa blogitekstien tutkimiseen, mutta tekstien tekijä on hyvä ilmoittaa, ja näin voi tehdä varsinkin silloin, kun kyseessä on julkisen roolin omaava henkilö. Esimerkiksi Marwick ja boyd (2010) ovat omassa tutkimuksessaan jättäneet tietoisesti anonymisoimatta ne twiittaajat, jotka kymmenien tuhansien seuraajiensa vuoksi ovat jo erittäin julkisia. Lisäksi twiittaajat ovat ammattiensa puolesta asettaneet itsensä julkiseen huomioon ja kymmenien tuhansien seuraajien ansiosta he varmasti tietävät twiittinsä päätyvän monenlaisen tulkinnan kohteeksi (Kuula 2015: 187). Tutkielmani tarkoituksena ei ole arvostella henkilökohtaisesti twiittaajien tekstitaitoja tai heidän twiittinsä sisältöjä, vaan analysoida muodon avulla tekstimerkityksiä twiiteistä, joita kymmenettuhannet suomalaiset todennäköisesti lukevat ja mahdollisesti käyttävät mallina omaan Twitter-käyttäytymiseensä. Edellä esitellyn perusteiden en ole informoinut kyseisiä julkisuudenhenkilöitä pro gradu -työstäni tai aineiston keruusta.

Työssäni esiintyy myös muutama kuvankaappaus Twitterissä julkaistuista kuvista, jotka ovat tekijänoikeuslain (§ 8) mukaan julkistettuja teoksia, sillä twiittaajat ovat saattaneet ne luvallisesti yleisön saataviin. Luvallisuus perustuu siihen, että twiittaajat omistavat itse työssäni esiintyvien kuvien tekijänoikeudet. Tekijänoikeuslain (§ 25, Kuula 2015: 74) mukaan tällaisesta julkistetusta teoksesta saa ottaa teksti- tai kuvasitaatin tieteellisessä tutkimuksessa käytettäväksi ja tutkittavaksi, ja lyhyen sitaatin saa myös julkaista uudelleen osana tieteellistä tutkimusta. Pro gradu -tutkielma on tieteellinen tutkimus, sillä se noudattaa tieteen käytäntöjä ja on osa virallista yliopistotutkintoa. Kuvasitaatin on liityttävä olennaisesti tutkimuksessa käsiteltävään asiaan (Kopioisto ry 2016), mikä toteutuu omassa työssäni. Lisäksi kuvissa esiintyvät henkilöt ovat julkisuudenhenkilöitä, jotka ovat ammateillaan luopuneet osasta yksityisyyttään, kun taas esimerkiksi tavallisten ihmisten yksityisyyttä tulisi suojella tarkemmin (Kuula 2015: 187).

Kun uusi Suomeen paikannettu käyttäjä rekisteröityy Twitteriin, muun muassa valitsemiani henkilöitä suositellaan seurattavaksi jo rekisteröitymisvaiheessa. Suositelu on hyvin voimakasta, sillä palvelun käyttö on mielekästä vasta sitten, kun seurattujen käyttäjien viestejä alkaa ilmestyä uutisvirtaan (Pönkä 2014: 99–100). Uusi käyttäjä käy todennäköisesti ainakin katsomassa, millaisia twiittejä suosituimpien ja seuratuimpien sivuilla on, ja saa helposti vaikutteita ensimmäisiltä tileiltä, joilla on vierailut. Seuraamiseen ja toisinaan myös mallioppimiseen kannustetaan oppaissa ja kirjoituksissa (esim. Svinhufvud 2014) ja täten suositut tilit voivat heijastella sitä, kuinka uudet käyttäjät alkavat käyttää Twitteriä. Tällä perustelen myös päätöstä kerätä aineistoni julkisuudenhenkilöiden twiiteistä, vaikka esimerkiksi internet-kieleen erikoistunut Crystal (2011: 39) suosittelee metodologisesti kirjoittajien häivyttämistä ja twiittien keräämistä mahdollisimman monipuoliselta joukolta. Stever ja Lawson sen sijaan perustelevat omassa tutkimuksessaan (2013: 345) tunnettujen julkisuudenhenkilöiden valintaa sillä, että on ylipäänsä vaikeampaa seurata ja tulkita twiittejä henkilöiltä, joiden asemaa ja roolia sosiaalisessa mediassa ja verkon ulkopuolisessa elämässä ei tunne entuudestaan. Myös heidän tutkimusaineistoonsa valikoitui julkisuudenhenkilöitä, joilla oli vähintään 50 000 seuraajaa (emt. 344). Heidän mielestään (emt. 342) tutkijan on syytä tuntea henkilökohtaisesti Twitteriä ja Twitterille ominaisia kielenkäyttötapoja, mutta myös twiittien takana olevien julkisuudenhenkilöiden ammatillista uraa. Tiedot urasta auttavat tulkitsemaan ja asettamaan lyhyitä twiittejä oikeisiin konteksteihin, vaikka toisaalta analyysi voi vaikuttua ja värittyä paljonkin sen mukaan, mitä tutkija tietää tai ei tiedä julkisuudenhenkilöistä.

Jokaisella verkkoon kirjoittavalla henkilöllä on oma taustansa, joka vaikuttaa syntyvään tekstiin. Esimerkiksi elinympäristö, koulutus, sosiaalinen ja kulttuurinen pääoma vaikuttavat ihmisen tapaan kirjoittaa ja suhtautua kirjoitettuihin teksteihin (Barton & Lee 2013: 56). Omassa työssäni analyysin on tarkoitus nousta ensisijaisesti twiittien sisällöstä, mutta koska kaikki twiittaajat ovat ammattiensa puolesta tunnettuja julkisuudenhenkilöitä, joille on muodostunut myös omassa mielessäni

tietynlainen julkisuuskuva, en kykene enkä yritäkään analysoida twiittejä täysin irrotettuna näistä tuotetuista tai tulkituista rooleista. Tosielämän identiteetti ei ole yksiselitteisesti erotettavissa verkkoidentiteetistä, eikä verkkoidentiteettiä voi suoraan väittää esimerkiksi epäaidoksi verrattuna verkon ulkopuoliseen identiteettiin. (Page 2012a: 166.) Sama koskee julkisuudenhenkilöiden twiiteissä myös kielellä tuotettua ja kielenulkoista roolia.

4.2 Analyysimenetelmät

Analyysi tukeutuu systeemis-funktionaalisen teorian tapaan tutkia merkityksiä, joita on koodattu tekstin muotoon ja jäsennykseen. Tässä työssä fokusoidaan teorian osuuteen intersubjektisesta metafunktionista, joka on teksteissä laajasti ymmärrettyä modaalisuutta. Intersubjektiset merkitykset reaalistuvat teksteissä kielellisinä valintoina, kuten moduksina, modaalisuutena, persoonavalintoina, osallistujien nimeämisenä, omistussuhteina ja suhtautumisen sekä asennoitumisen leksikaalisina ja multimodaalisina ilmauksina, joita etsin systemaattisesti aineistosta. Tarkastelen teksteistä sitä, miten niissä tiedotetaan tai kysytään, ohjeistetaan tai tarjotaan, sekä ilmaistaan arvioita tai asenteita muita ihmisiä ja asioita kohtaan. Osallistujarooleihin liittyvät myös statukset, formaalisuus ja kohteliaisuus, jotka ilmaisevat osallistujien sosiaalista välimatkaa ja ilmenevät erilaisina kielellisinä valintoina. Lisäksi tarkastelen sitä, miten ja kuinka paljon tekstin eri äänet keskustelevat.

Systeemis-funktionaalisen teorian mukaisesti analyysi lähtee tekstitasolta eli konkreettisesti siitä, mitä tekstissä näkyy. Aineisto niin sanotusti koodataan, eli ensin olen määritellyt aineistosta etsittäviä piirteitä ja toiseksi olen käynyt aineistoa läpi twiitti kerrallaan poimien piirteiden toteutumat. Menetelmää on käyttänyt esimerkiksi Myers (2010a: 161) omassa työssään. Osa piirteistä voi olla jatkumomaisia tai limittyviä, jolloin kategorisoinnin vuoksi niistä poimitaan vallitsevin ominaisuus. Toteutumat olen poiminut systemaattisesti Excel-taulukkoon, jonka avulla olen saanut kvantitatiivisia tuloksia eri piirteiden käytöstä, yleisyydestä ja käyttöyhteyksistä. Työni on pääasiallisesti kvalitatiivista analyysiä, mutta sen esityönä olen käyttänyt kvantitatiivista analyysia lajitellakseni piirteitä ja määrittääkseni niiden frekvenssiä, jotta analyysissä kykenisin sanomaan jotakin myös analysoimieni piirteiden yleisyydestä. Täten olen saanut aikaan tilastoja ja määrällisesti vertailtavia tuloksia, jotka täydentävät laadullista analyysiä.

Myers toteaa omassa tutkimuksessaan (2010b: 266), että ne piirteet jotka aineiston ensikoodauksessa herättävät huomion, ovat usein niitä, jotka ovat jollain tapaa poikkeavia. Tämä on ongelma, sillä poikkeavuuksiin keskittyminen hankaloittaa kokonaiskuvan hahmottamista. Ongelmana on Myersin (emt.) mukaan myös se, että tämän kaltaisissa aineistoissa heterogeenisyys ja moniäänisyys moninaistavat piirteiden jakautumista, sillä kirjoittajia on useita ja heistä jokainen voi valita useista erilaisista äänistä tai käyttää esimerkiksi ironiaa. Omassa työssäni keskityn vain intersubjektisiin

piirteisiin, mikä rajaa jo etukäteen piirteiden huomioimista, eikä työ interpersoonaisuuteen keskittyessään missään nimessä anna kokonaiskuvaa julkisuudenhenkilöiden twiiteistä. Kuitenkin tarkoitukseni on hahmottaa kokonaiskuvaa interpersoonaisuuden osalta, huomioiden myös piirteiden mahdollista poissaoloa.

Analyysi kartoittaa sf-teoriaa soveltaen systeemejä ja systeemiverkostoja, joissa ylemmän tason valinnat rajoittavat alemman tason hienojakoisempia valintoja. Esimerkiksi ensin olen määritellyt, onko twiitissä lauserakennetta, ja jos on, onko kyseessä kenties deklaratiiivinen, interrogatiivinen tai imperatiivinen modaalinen lausetyyppi. Samassa twiitissä voi esiintyä myös useampaa lausetyyppeä. Tätä määrittelyä on tukenut verbien modusten, verbin luvun, modaaliverbien ja modaalisten konstruktoiden tunnistaminen ja analysoiminen. Näin olen edennyt analyysissä piirre tai kategoria kerrallaan. Muita analysoimiani kielen piirteitä ovat pronominit, osallistujia osoittavat nimet, omistussuhteet, modaaliset partikkelit ja adverbit, modaaliset adjektiivit sekä asennetta, asemaa ja suhtautumista ilmaisevat leksikaaliset valinnat. Yksityiskohtaisemmista piirteistä olen siirtynyt analysoimaan, onko twiiteissä moniäänisyyttä, mitä rooleja twiiteissä näkyy ja mistä ne näkyvät, millaisille lukijoille twiitit näyttäisivät kohdistuvan ja millaiseksi muodostuu suhde osallistujien välillä.

Aineiston luokitteluperusteena olen käyttänyt myös Hallidayn määrittelemiä toimintatyypppejä, joita voidaan tutkia suhteessa osallistujaroolien tilannemuuttuun, koska eri toimintatyypeissä ovat mahdollisia erilaiset roolit suhteessa muihin rooleihin. Esimerkiksi maailman ja sen osien selittämässä osallistujaroleina voivat olla opettaja ja oppilas. Toimintatyyppit muotoutuvat, kun tilanteita muodostava sosio-semioottinen toiminta jaetaan ensin konkreettiseen tekemiseen (engl. *doing*) ja merkitysten luontiin tai siirtoon (engl. *meaning*). Tekemisessä olennaista on fyysinen läsnäolo osallistujien kesken, joten verkon kautta välittyvät twiitit kuuluvat jälkimmäisen merkitysten luonnin alueelle, joka voidaan edelleen jakaa seitsemään päätoimintatyyppiin. Näitä ovat (1) maailman ja sen osien selitys, tulkinta ja luokittelu, (2) tapahtumien, tutkimusten tai erilaisten tilanteiden raportointi, (3) asioiden uudelleenkertominen narratiivisesti tai dramatisoiden, (4) henkilökohtaisten arvojen ja kokemusten jakaminen, (5) toiminnan mahdollistaminen ohjeilla tai vaatimuksilla, (6) suosittelu neuvon tai mainostaen ja (7) sosiaalisten arvojen ja asemien koettelu ja asemointi argumentoinnilla ja arvosteluilla. (Halliday & Matthiessen 2014: 35–38.) Internet ja sosiaalinen media ovat muuttaneet radikaalisti varsinkin kaikenlaisen jakamisen, eli neljännen toimintatyyppin mahdollisuuksia, sillä mielipiteitä jaetaan nykyään varsin julkisesti (Halliday & Matthiessen 2014: 42).

Jokaisen twiitin olen analysoinut kokonaisuutena, eli olen huomionut muita käyttäjiä osoittavat käyttäjätunnukset, hashtagit eli aihe-tunnisteet, linkit, kuvat, videot, emojiit, hymiöt ja typografiset keinot. Interpersoonaisia merkityksiä olen analysoinut myös multimodaalisesta sisällöstä, jos sitä on twiiteissä ollut. Linkkien avaaminen on ollut välttämätöntä, jotta twiitin sisältö olisi ymmärrettä-

vää, sillä linkit ovat osa tekstiä ja sisältöä (Myers 2010a: 28). Linkeillä voi olla useampia eri tarkoituksia, jollaisiksi Myers (emt. 38–42) määrittelee lisätiedon kertomisen, todisteiden tai uskottavuuden antamisen, tekijänoikeuden tai alkuperän osoittamisen, toimintaan johtamisen, ratkaisun tekstin tarkoitukselliseen arvoitukseen ja tekstille vastakkaisten ajatusten esittämisen. Olen luokitellut kuvat sen perusteella, ovatko ne kuvia twiittaajasta, vai kuvia joita katsoja katselee ikään kuin yhdessä twiittaajan kanssa. Henkilökuvia olen analysoinut sen perusteella, onko kuvassa katsetta, kohdistuuko se vaativasti suoraan katsojaan, vai kieltäytyykö se katsekontaktista ja vain tarjoutuu katsottavaksi tai tietoa antavaksi. Lisäksi henkilökuvissa merkitsevää on se, miten lähellä kuvattu on katsojaa, sillä fyysinen läheisyys heijastelee myös sosiaalista läheisyyttä, eli lähikuvat tuovat kuvatun lähemmäs katsojaa. (Kress & van Leeuwen 1996: 121–130.)

Twiiitit, kuten tekstit yleensäkin, ovat ihmisten välisessä vuorovaikutuksessa kontekstuaalisia, eikä niitä siten voi tutkia yhteyksistään irrotettuina (Heikkinen 2012: 65). Twiiitit ovat toimintaa ja tekoja konteksteissaan. Konteksti on tärkeä osa analyysiä, mutta koska koko kulttuurisen ja sosiaalisen kontekstin kuvaaminen on käytännössä mahdotonta, on suureksi taustakontekstiksi helpompi ottaa instituutio, kuten media (Halliday & Matthiessen 2014: 32–33). Toki mediaakaan en kykene käsittelemään tyhjentävästi, mutta mediakontekstin tiedostaminen on mielestäni erittäin relevanttia, kun tutkitaan julkisuudenhenkilöiden twiittejä sosiaalisessa mediassa. Twiittien tulkinta ja analysointi vaativat kontekstin huomioimista, koska käyttäjät kommentoivat ajankohtaisia aiheita ja keskusteluita. Kontekstin määrittely sosiaalisessa mediassa ja ylipäänsä nopeatempoisessa ja vahvan intertekstuaalisessa verkossa on vaikeaa, sillä se leviää valtavaksi ja epävakaaaksi kokonaisuudeksi, jota on mahdoton tavoittaa kokonaan (Page 2012a: 14–15). Omaan analyysiini on vaikuttanut tietoisuus kontekstista, johon kuuluvat laajempi sosiaalinen media, Twitter, muut twiittaajat ja osallistujat suhteineen ja tietoineen, ajankohtaiset julkiset aiheet, tapahtumat ja keskustelut, julkisuudenhenkilöiden ammatillinen ja julkinen toiminta sekä kytkökset muihin julkisuudenhenkilöihin ja ryhmiin. Twiiitit ovat niin lyhyitä, etteivät ne pelkällä tekstitasolla kykene luomaan laajaa jaettua tietoa kirjoittajan ja lukijan välillä. Tämän vuoksi lukijat sijoittavat twiitit jonkinlaiseen sosiaalisen median, ajankohtaisten asioiden ja ilmiöiden kehykseen, jonka tuella twiitti tulkitaan (Scott 2011: 9–10).

Aineistoesimerkit on esitetty joko lainausmerkeissä tai kuvankaappauksena. Esimerkkien kielelliset osuudet ovat työssäni aina alkuperäisessä muodossaan, eikä kirjakielestä poikkeavia kirjoitusasuja ole erikseen merkitty, koska toisinaan poikkeavuus on tarkoituksellista esimerkiksi osana kirjoittajansa tyyliä. Sen sijaan multimodaalista sisältöä ei aina ole liitetty esimerkkeihin, jos esimerkki tukee kielellisen piirteen analyysiä, johon vaikkapa multimodaalisella kuvalla ei ole vaikutusta. Kuitenkin mainitsen aina, jos twiitissä on ollut kuva tai video. Jos twiittaaja kuuluu aineistoon, tai on muuten hyvin tunnettu julkisuudenhenkilö, hänen oikea käyttäjätunnuksensa tai nimensä on esitetty.

Sen sijaan kaikki niin sanottujen tavallisten käyttäjien identiteetit ja käyttäjätunnukset on esimerkeissä anonymisoitu muotoon *@käyttäjätunnus*, ja myös yksi linkki on poistettu yksityisyyden suojan vuoksi.

5 OSALLISTUJAROOLIIEN RAKENTUMINEN TWIITEISSÄ

5.1 Yleistä

Varsinainen analyysi jakautuu seuraaviin kolmeen alalukuun, joissa etenen merkityksellisimmistä kohti vähemmän merkityksellistä. Alaluvuista ensimmäinen esittelee kolme osallistujaroolia, joihin twiittien osallistujat voi yksinkertaistetusti jakaa. Tämä roolijako toimii taustalla myöhemmässä analyysissä, jossa tutkin, miten eri piirteet toimivat eri roolien rakentumisessa. Seuraava alaluku esittelee koko analyysin lopputuloksena esiin nousseet neljä twiittien funktiota, jotka voi nähdä myös kommunikatiivisina päämäärinä. Funktiot eroavat toisistaan, koska niissä kaikissa on omanlaisensa dynamiikka osallistujaroolien ja analysoimieni piirteiden suhteen. Analysoimani piirteet ovat niitä, joiden on teoriaosuudessa määritelty rakentavan tekstien osallistujarooleja. Viimeinen alaluku jakautuu edelleen alemman tason lukuihin ja on yksityiskohtaista piirteiden analyysia, jonka perusteella osallistujaroolien jako ja funktiot on tunnistettu. Tämä piirreanalyysi etenee piirteittäin siten, että aina kunkin luvun alussa on esitetty tärkeimmät huomiot.

5.2 Kirjoittaja, lukija ja representoidut osallistujat

Twiteissa voidaan kirjoittaa sekä ihmisistä että ihmisille (Myers 2010a: 81), jolloin teksteissä on eri tasojen osallistujia. Twiittien osallistujat voidaan jakaa yksinkertaistetusti niihin, jotka osallistuvat vuorovaikutukseen kirjoittajina ja lukijoina ja niihin, joita representoidaan teksteissä esimerkiksi viittaamalla heidän toimintaansa tai sanomisiinsa (Kress & van Leeuwen 1996: 46, 119). Ajatus on helppo yhdistää persoonasysteemiin, jossa kirjoittaja on usein ensimmäisessä persoonassa ja kohdistaa kirjoituksensa toisessa persoonassa esitetylle lukijalle, mutta teksteissä esiintyvät myös muiden eli kolmansien persoonien äänet ja ajatukset (Halliday & Matthiessen 2014: 62, 384). Asia ei tietenkään ole todellisuudessa näin yksinkertainen, sillä kirjoittaja voi tekstissä esimerkiksi representoida todellista lukijaa. Interpersoonaiset merkitykset liittyvät siihen, kuinka vuorovaikutuksessa mukana olevien ja vuorovaikutuksessa representoitujen roolien suhteet muodostuvat. Yksinkertaisimmillaan suhteet muodostuvat puhutteluna kirjoittajan ja lukijan välille, vaikka todellinen lukija voi erota tekstiin kirjoitetusta lukijasta (Myers 2010a: 77), samoin kuin todellinen kirjoittaja ei välttämättä ole yksi yhteen tekstiin koodautuvan kirjoittajan kanssa.

Aineistossa kirjoittajat näkyivät muun muassa ilmaisemalla omia mielipiteitään ja ylläpitämällä ammatillista rooliaan kertoen toiminnastaan. Kirjoittajat ja lukijat voivat olla joko kielellisesti

tuotettuja eli tekstiin koodautuvia, tai kielenulkoisia ja todellisen vuorovaikutuksen osallistujia. Aineistossani kirjoittajien roolit olivat lähes yksinomaan todellisia, eli twiittaajat kirjoittivat ja osallistuivat vuorovaikutukseen omalla henkilökohtaisella äänellään. Sen sijaan teksteissä näkyivät sekä todelliset että kielellisesti tuotetut lukijat. Todellista lukijaa saatettiin esimerkiksi puhutella hänen Twitter-käyttäjätunnuksellaan ja tekstiin koodautuvana lukijana taas saattoi olla urheilujoukkue, jonka kanssa keskusteltiin kuvitteellisesti vain tekstin tasolla. Twiitti saattoi suoraan puhutella ja käydä keskustelua yhden todellisen lukijan kanssa, mutta samalla tätä puhuttelua seurasivat lukemattomat muutkin todelliset lukijat, mistä kirjoittajat epäilemättä olivat hyvin tietoisia. Kirjoittajan ja lukijan lisäksi twiiteissä näkyivät representoidut äänet, kuten henkilöt joista puhutaan tai joita lainataan, mielipiteet joihin kirjoittajan mielipide vertautuu ja oletukset muista olemassa olevista ajatuksista. Representoituihin osallistujiin viitattiin, heidän sanomisiinsa lainattiin ja heidän toiminnastaan puhuttiin.

Ei ollut yllättävää, että kirjoittajista, lukijoista ja representoiduista osallistujista kaikkein eniten twiittien kielen tasolla ja multimodaalisessa aineksessa näkyi kirjoittaja tekoineen, mielipiteineen ja suhtautumisineen. Seuraavaksi eniten intersoonaisten piirteiden kautta näkyivät representoidut osallistujat, ja vain reilussa kolmasosassa twiiteistä näkyi joko todellinen tai pelkästään tekstiin koodautuva lukija. Silloin kun lukijaa ei näkynyt, saattoi esimerkiksi twiittien aihevalinta implikoida lukijoiksi kyseisestä aiheesta kiinnostuneita, mutta tarkasteleman intersoonaaliset piirteet eivät implikoineet tai eksplikoineet lainkaan twiittien lukijoita. Seuraava taulukko esittää roolien näkymistä aineistoni twiiteissä sillä perusteella, kuinka monessa twiitissä roolit näkyivät jonkin intersoonaalisen piirteen kautta ja mistä piirteestä kukin rooli näkyi kaikkein useimmiten. Piirteitä käsitellään tarkemmin omissa alaluvuissaan. Taulukon suhteen on huomioitava, että kirjoittaja saattoi näkyä osittain tulkinnanvaraisistakin suhtautumisen ilmauksista, joita käsittelen tarkemmin luvuissa 5.4.4 ja 5.4.5. Taulukon prosenttiluvut ilmaisevat sitä, kuinka suuri osa koko aineiston twiiteistä oli kyseessä.

	Kirjoittaja	Lukija	Representoitu osallistuja
Kuinka monessa twiitissä näkyy jonkin piirteen kautta	250 (62,5 %)	139 (34,75 %)	213 (53,25 %)
Mistä piirteestä näkyy useimmiten	Suhtautumisen ilmaukset	Puhuttelu käyttäjätunnuksilla	Nimet

TAULUKKO 1. Roolien näkyminen twiiteissä

Twiiitejä kirjoitetaan eri yleisöille ja ideaalilukija on usein kirjoittajan itsensä peilikuva, jolla on samat tiedot ja arvot kuin kirjoittajalla itsellään (Marwick & boyd 2010: 120). Esimerkki tällaisesta twiitistä, jossa lukija ei näy kielen tasolla, on Paavo Arhinmäen ”*Näyttää lupaavalta, David Luiz on topparina. #uclfi*”, jossa lukijan voi kuvitella ainoastaan siitä, että hän todennäköisesti tietää kuka on *David Luiz*, millainen hän on *topparina* eli maalivahtina, ja miten tämä kaikki sopii hashtagin *#uclfi* alle. Ideaalilukija on todennäköisesti parhaillaan katsomassa juuri samaa peliä ja on kirjoittajan tavoin sitä mieltä, että David Luizin oleminen maalivahtina on lupaava asia. Sen sijaan kirjoittajan aistimus ja suhtautuminen näkyvät aisteihin viittaavasta verbistä *näyttää* sekä arvottavasta partisiipista *lupaava*. Kirjoittajan roolit ja suhtautuminen saattoivat näkyä hyvinkin pienistä asioista, kuten Aleksi Valavuoren twiitissä: ”*Suomalaisurheilun rahapula on niin akuutti, että seuroja ja työpaikkoja menee lähiaikoina alta ja paljon. Karmea tilanne.*” Kirjoittajan suhtautuminen näkyy kielen tasolla, koska *karmea* on vahvan arvioiva ja modaalinen adjektiivi ja esimerkiksi sävypartikkeli *niin* painottaa kirjoittajan mielipidettä tilanteen akuutisuudesta. Oli kuitenkin myös twiittejä, joissa kielen tasolla ei näy lainkaan osallistujarooleja, vaan kyseessä on yksinäinen kategorinen väite, kuten Jari Sarasvuon twiitissä: ”*Verryttely on huippusuorituksen hermottamista, kapasiteetin herättelyä. Näkökulma antaa merkityksen. #StrongholdWebi*”.

Aineistossa kirjoittajien kielenulkoiset roolit olivat merkittäviä, koska twiittaajat esiintyivät omalla julkisesti tunnetulla nimellään ja kasvoillaan, ja twiittejä julkaistiin jotakuinkin intiimisti monenlaisista tilanteista, joihin kirjoittajat olivat usein päätyneet nimenomaan julkisen ammattinsa puolesta. Jokaisella julkisuudenhenkilöllä oli hieman erilainen tapansa kirjoittaa twiittejä ja näihin tapoihin vaikutti myös heidän ammatillinen roolinsa, sillä esimerkiksi poliitikot pysyivät muita virallisemmalla asialinjalla. Lisäksi kirjoittajan roolit verkon ja verkon ulkopuolisen, sekä yksityisen ja julkisen elämän välillä hämärtyvät helposti, kun mukana kannettavat mobiililaitteet takaavat jatkuvan yhteyden verkkoon missä tahansa tilanteessa (Barton & Lee 2013: 71). Kirjoittajan roolissa voivatkin sekoittua verkon ja tosielämän roolit sekä tilanteittain vaihtelevat roolit. Yhdessä tilanteessa kirjoittaja saattaa olla oman alansa itsevarma asiantuntija ja käskävä auktoriteetti, kun taas toisessa tilanteessa hän voi olla epävarma ja muiden tietoihin luottava kysyjä. Rooleja muodostaa myös se, miten paljon eri äänet näkyvät twiiteissä ja kuinka aktiivisesti kirjoittaja käy keskustelua lukijoiden kanssa.

Twiittaajalle voi syntyä käytäntöjä ja kaavoja, joiden mukaan hän käyttää Twitteriä ja jotka edelleen rakentavat tietynlaista kirjoittajan roolia. Esimerkiksi Pekka Haavisto pitäytyi twiiteissään hyvin pitkälti asiallisissa raporteissa ja linkkien jaoissa, mikä sopii luotettavan ja asiallisen politiikon rooliin, kun taas Tuomas Enbuske oli aineistoni aktiivisin keskustelija, joka esitti suorapuheisia henkilökohtaisia kannanottoja ja viljeli runsaasti huumoria. Juontajana ja kolumnistina hänen onkin kyettävä tunteita herättävään keskusteluun. Aku Hirviniemen twiiteistä taas kahta lukuun ottamatta kaikissa oli kuva, johon tekstit suhtautuivat kuvatekstien lailla. Tämä johtui täysin siitä, että Hirviniemen

tapana oli jakaa Twitteriin alun perin kuvanjakopalvelu Instagramissa julkaisemansa kuvat, joissa teksti on toissijainen sisältö suhteessa kuvaan. Esiintyminen kuvissa oli näyttelijälle varmasti melko luonteva tapa ilmaista itseään. Tällainen heterogeenisyys ja monien roolien mahdollisuudet moninaistavat piirteiden jakautumista aineistossa (Myers 2010b: 266), jolloin esimerkiksi kirjoittajien suhteen on vaikeaa tehdä tarkempaa jakoa eri rooleihin. Kymmenien tuhansien seuraamat aineistoni twiittaajat suhtautuivat epäilemättä seuraajiinsa käytännöllisesti erilaisten käyttäjien muodostamana fanipohjana, jonka kanssa tietoisesti kommunikoidaan ja jota käsitellään omaan julkiseen rooliin sopivalla tavalla. Tällaista taktista läsnäoloa, tietoista aiheiden valintaa sekä yleisön sitouttamista voi kutsua mikro-julkisuusmenetelmäksi (Marwick & boyd 2010: 121), jota väitän kaikkien aineistoni twiittaajien hyödyntäneen enemmän tai vähemmän.

Kun kirjoittajalla on julkisuudessa muodostunut vahva rooli tai rooleja, vaikuttaa tämä väistämättä siihen, miten hänen twiittejään tulkitaan (Stever & Lawson 2013: 342). Esimerkiksi Arman Alizadin twiiteissä kriittinen ja vakava huomion kohdistaminen tasa-arvokysymyksiin oli hänen julkisen roolinsa perusteella odotuksenmukaista, kun taas Aku Hirviniemen twiiteissä huomiota tasa-arvokysymyksiin voitiin kohdistaa kyseenalaisella huumorilla, kun hän asettui näyttelemänsä koomisen hahmon rooliin. Esimerkkinä seuraavassa kuvassa ovat molempien twiitit naistenpäivältä, jolloin Hirviniemi asettui sekä twiitin allekirjoituksen että twiittiin liitetyn omakuvan perusteella televisiossa esiintyneen Jortsuli-hahmon rooliin. Täten vastuu twiitistä siirtyi ikään kuin Jortsulin nimiin, eikä sitä voi tulkita kirjaimellisesti käskynä, jolla Hirviniemi kehottaisi naisia pitämään suunsa kiinni. Jortsulin koomisen inhoava ilme ja sijainti kuvan etualalla korostavat miehen dominoivaa asemaa, verrattuna taka-alalla ihmettelevään Krista Kososen näyttelemään naishahmoon. Kosonen esiintyi myös Alizadin twiitissä, joka jäi kesken ylitettyään 140 merkin rajan, sillä se oli jaettu Twitteriin yhteisöpalvelu Facebookista. Sen vuoksi kuvankaappaus on kokonaisesta Facebookin päivityksestä, joka julkisesti nähtävänä ei twiittien lailla kuulu yksityisyyden suojan piiriin. Alizad tukee twiitillään Planin työtä ja Plan on hänen televisio-ohjelmissaan merkittävä yhteistyökumppani. Molemmat twiittaajat toivottavat hyvää naistenpäivää, mutta kiinnittävät huomion tasa-arvokysymyksiin täysin erilaisella suhtautumisella ja lähestymistavalla, joiden tulkinta vaatii kontekstietoja. Tämän vuoksi ymmärrys kontekstista ja twiittaajien rooleista verkon ulkopuolella tukee analyysiani jokaisesta twiitistä.



KUVA 3. Naistenpäivän onnittelut

5.3 Twiittien funktiot

Swales (1990: 44) on esittänyt, ettei tekstilajitutkimuksen tulisi aina pyrkiä identifioimaan lajeja, vaan pyrkimyksenä voi olla myös tunnistaa tekstien kommunikatiivisia päämääriä. Stever ja Lawson (2013) jaottelivat omassa tutkimuksessaan julkisuushenkilöiden twiitit teemoihin, jotka olivat omasta työstä kertominen, keskustelutwiitit toisille julkkiksille, keskustelutwiitit faneille, vitsit, twiitit asioista tai ihmisistä joita twiittaaja ihanoi tai kannattaa, henkilökohtaiset arviot ja reaktiot eri asioista ja ihmisistä, yleisen informaation jakaminen ja twiitit liittyen Twitteriin palveluna. Samasta twiitistä saattoi löytyä useampi teema ja teemat voivat myös limittyä keskenään. Jaottelu on sikäli mielenkiintoinen, että se antaa yhden näkökulman siihen, millaisia kommunikatiivisia tavoitteita twiiteilla voi olla. Tutkimuksen (emt. 349) mukaan julkisuushenkilöt käyttivät Twitteriä ensisijaisesti sosiaaliseen kommunikointiin, toiseksi markkinoivan informaation levittämiseen esimerkiksi tuotteista, esiintymisistä ja tapahtumista, ja kolmanneksi kommunikointiin nimenomaisesti fanien kanssa ilman markkinointitarkoitusta. Oman havaintoni mukaan monet twiitit toteuttavat myös faattista funktiota, eli vain pitävät kommunikaatiokanavaa muiden ihmisten suuntaan auki ja aktiivisena. Tällaisia olivat aineistossani esimerkiksi Tuomas Enbusken yksinkertaiset ”*Huomenta!*” -twiitit, joita hän aineiston keruuaikana kirjoitti joka aamu, ikään kuin ilmoittaakseen olevansa nukutun yön jälkeen taas läsnä Twitterissä.

Kun yhdistin havainnot tekemästani piirreanalyysistä, roolijaosta kirjoittajaan, lukijaan ja resentoituihin osallistujiin, sekä Hallidayn (Halliday & Matthiessen 2014: 42) määrittelemät tekstien toimintatyypit, syntyi lopputuloksena havainto neljästä twiittien funktiosta. Nämä neljä funktiota

muodostuivat siis kaiken muun analyysin lopputuloksena ja kommunikatiivisina päämäärinä ne antavat yhden näkökulman twiittien tekstilajiuteen. Twiiteillä voi olla lukemattomia erilaisia funktioita, mutta omasta aineistostani neljä nousi yleisimmäksi ja tunnistettavimmaksi funktioksi, joissa interpersoonaisuus on läsnä, ja joissa on keskenään hieman erilaiset dynamiikat osallistujaroolien suhteen. Nämäkin funktiot sekoittuvat ja limittyvät helposti keskenään, mutta useimmiten jokin näistä neljästä funktiosta nousi twiitissä hallitsevaksi. Jokaisessa funktiossa kirjoittaja, lukija ja representoidut osallistujat aktivoituvat ja ovat läsnä hieman eri tavalla, kirjoittaja pyrkii hieman eri asioihin ja tiettyjen interpersoonaisien piirteiden käyttö korostuu suhteessa muihin piirteisiin. Twiiteillä on siis erilaisia kommunikatiivisia päämääriä, joiden vuoksi niissä näkyy erilaisia kielen ja multimodaalisen aineksen piirteitä.

Aineistossani yleisin ja kenties Twitterin toimintaperiaatteelle uskollisin funktio on *tapah- tuma- tai tilanneraportointi*, joka ei eksplisiittisesti puhuttele lukijaa. Voi ajatella, että funktiossa sekoittuvat Hallidayn määrittelemät toimintatyypit *tapah- tumien, tutkimusten ja tilanteiden raportoin- nista sekä asioiden uudelleenkertomisesta narratiivisesti tai dramatisoiden* (Halliday & Matthiessen 2014: 35–38). Funktioon kuuluvat twiitit ovat deklaratiiivisia, eli niissä ei esimerkiksi käsketä tai kysyä, vaan ainoastaan todetaan tai väitetään. Twiitit ovat usein narratiivisia tai deskriptiivisiä, eli esimerkiksi toiminnasta voidaan kertoa verbein ja tilanteita voidaan kuvailla monin tavoin. Tässä funktiossa kirjoittaja siis raportoi toimintaa tai tilannetta, jota hän on joko seurannut sivullisena, tai jossa hän on ollut itsekkin jossain määrin osallisena. Raportoitu asia kuuluu useimmiten kirjoittajan elämän- piiriin tai kiinnostuksenkohteisiin, ja twiittiin voi kuulua myös jonkinlainen henkilökohtainen arvio tai suhtautumisen ilmaus raportoidusta tapahtumasta tai tilanteesta. Jos kirjoittaja näkyy twiitissä, hän on vain kokija tai tekijä, mutta itse tapahtuma tai tilanne saa päähuomion. Jos kirjoittaja raportoi sivustaseuraajan asemassa, on raportoitu tapahtuma usein julkinen ja muidenkin seurattavissa, kuten jalkapallo-ottelu tai vaalitentti televisiossa. Esimerkkinä tästä on Aleksi Valavuoren twiitti, joka lainausmerkkeihin asetetun Timo Soinin sitaatin kautta raportoi vaalitentin tapahtumia: ”*Anna Paavo mä puhun nyt, voit oppia jotain.*” *Soini Arhinmäelle. #vaalit2015*”. Tällaisissa tapauksissa lukijat voivat olla kanssaseuraajia, joiden kesken kerrataan yhdessä koettua ja testataan erilaisia näkemyksiä ja suhtautumisia kyseistä tapahtumaa kohtaan. Raportoitu toiminta tai tilanne on voinut tapahtua jo aiemmin, se voi olla juuri meneillään tai se voi olla tiedote tai suunnitelma tulevasta, kuten Alexander Stubbin twiitissä: ”*Tänään viimeiset äänestykset. Sen jälkeen nokka kohti Lappia, jossa 5 tilaisuutta. Huomenna Kainuu ja Savo-Karjala, jossa 7 tilaisuutta.*” Eri osallistujista selvimmin ja eniten rapor- toinnissa näkyvät representoidut osallistujat, jotka ovat usein olleet toimijoita tapahtumissa tai joiden puhetta voidaan referoida tai lainata sitaatein. Tapahtuma- tai tilanneraportointi on se funktio, jonka yhteydessä representoidut osallistujat näkyvät twiiteissä kaikkein eniten. Sen sijaan lukija ei usein-

kaan näy kielen tasolla tällaisissa twiiteissä, eikä lukijaa puhutella. Esimerkki prototyyppisestä tapahtumaa tai tilannetta raportoivasta twiitistä on Pekka Haavistolta: ”*Tänään UaV:ssa suurlähettiläs Osmo Lipponen puhumassa Ukrainan kriisistä. Erinomainen analyysi. Toiminut ETYJ-tehtävissä. @SuomenEduskunta*”.

Toinen yleinen funktio on *lukijan huomion kohdistaminen tai lukijan huomion hakeminen* useimmiten erilaisilla sisältöjaoilla. Tässä funktiossa käytettiin siis kaikkein eniten esimerkiksi kuvia ja linkkejä. Erottelu huomion kohdistamiseen ja hakemiseen perustuu siihen, että jälkimmäinen hakee huomiota nimenomaisesti kirjoittajalle itselleen, kun taas huomion kohdistaminen osoittaa enimmäkseen muualle kuin kirjoittajaan. Kirjoittajalle huomiota hakevat twiitit rakentuvat usein multimodaalisten linkkien ja kuvien lisäksi jonkinlaista lukijan toimintaa vaativista imperatiiveista, ohjeistuksesta tai kutsuvista tervetulotoivotuksista. Lähes poikkeuksetta näiden kaikkien sävy säilyy aineistossani hyvin kohteliaana. Tässä funktiossa lukijaa myös puhutellaan paljon. Huomiota hakevissa tai kohdistavissa twiiteissä on usein linkki tai kuva, johon kirjoittaja haluaa lukijan paneutuvan. Kyseessä voi olla mainos, jossa lukijaa kehoitetaan esimerkiksi osallistumaan tiettyyn tapahtumaan tai lukemaan twiittaajan kirjoittama artikkeli, kuten Riku Rantalan twiitissä: ”*Tuli lipsautettua lauantain kunniaksi @hsfi-päästö! Vinkki sinulle suomalainen: Matkusta enemmän, luule vähemmän http://www.hs.fi/matka/a1421984873446?jako=ba0fcde919ed04d0e07f491d9_7e41798&ref=tw-share*”. Tässä lukijaa puhutellaan suoraan ja imperatiivista käskyä lievennetään kohteliaasti nimeämällä se vinkiksi. Käsky implikoi, että matkustaminen vähentää luulemista, mitä lukija voi odottaa perusteltavaksi linkin artikkelissa. Huomiota kohdistessaan kirjoittaja voi suositella tai niin sanotusti kuratoida twiittiin liitettyä sisältöä tai sanallisesti kuvattua asiaa, kun kirjoittaja kertoo oman mielipiteensä ja arvionsa asiasta, kuten Jari Sarasvuo tekee twiitissään: ”*Kerrassaan pätevä poika tämä @KariPeitsamo ! Herkimmät voivat saada tästä parantavan paradigma-tärähdyksen. #myhatoff <http://goo.gl/8NsV9R>*”. Twiitissä oli osana Peitsamon video. Suosittelevia ilmauksia twiitissä ovat *kerrassaan pätevä*, *parantava* ja hashtag *#myhatoff*, joka viittaa kohteliaaseen hatunnostoon. Sarasvuo myös arvioi lukijoiden tulevia reaktioita viitaten herkimpiä parantavaan paradigma-tärähdykseen. Mainosten ja sisältöjen lisäksi huomio voidaan kohdistaa monenlaisiin asioihin, joita kirjoittaja haluaisi lukijan pohtivan. Näin tekee Esko Seppänen twiitissään, joka kehottaa lopputuloksen sijaan kiinnittämään huomion jonnekin muualle: ”*Lopputuloksen ohi: Kerrankin EDES YKSI suomalainen urheilutuote uskalsi katsoa, missä ne rajat oikeasti ovat. Rohkeuden kausi. #KHLfi*”. Huomiota hakevissa ja kohdistavissa twiiteissä kurkotetaan kohti lukijaa ja jaetaan sisältöjen lisäksi usein mielipiteitä ja arvioita sekä informaatiota kirjoittajan mielestä huomionarvoisista asioista. Voisi sanoa, että tässä funktiossa yhdistyvät Hallidayn (2014: 35–38) määrittelemät toimintatyytit: *toiminnan mahdollistaminen ohjeilla tai vaatimuksilla, suositteleminen neuvoen tai mainostaen*, ja *sosiaalisten arvojen ja asemien koettelu ja asemointi argumentoinnilla ja arvosteluilla*.

Edeltävät kaksi funktiota, eli raportointi sekä huomion hakeminen tai kohdistaminen, ovat aineistossani selkeimmin tunnistettavat funktiot. Kolmantena on *kannanotto tai kommentti*, joka voi sekoittua kahteen edeltävään, sillä usein kommentoidaan jotakin tapahtumaa tai tilannetta ja merkitään kommentoitu asia huomionarvoiseksi. Tässä funktiossa ei kuitenkaan painotuta raportointiin, tai huomionarvoisen asian osoittamiseen ja suositteluun, vaan nimenomaisesti selkeään ja omakohtaiseen kirjoittajan kannan tai mielipiteen ilmaisuun. Tässä funktiossa olivatkin yleisimpiä vahvat suhtautumisen ja asennoitumisen ilmaukset, arvottavat modaaliset adjektiivit, sarkasmi ja ironia, argumentointi sekä kiitokset ja moitteet. Funktioon kuuluvat twiitit olivat usein osa keskustelua ja aitoa vuorovaikutusta, jossa asemoitiin omia mielipiteitä suhteessa muihin. Hallidayn (2014: 35–38) toimintatyypeistä funktio voi vastata *henkilökohtaisten arvojen ja kokemusten jakamista*, sekä *sosiaalisten arvojen ja asemien koettelua ja asemointia argumentoinnilla ja arvosteluilla*. Esimerkkinä voisi antaa Aleksi Valavuoren twiitin, joka kommentoi raskaan sarkastisesti kevään 2015 jäähyväisverokohua: ”Äkkiä nyt turisteillekin maastapoistumisvero, että mahdollisimman moni jää tänne jumiin. #jäähyväisvero”. Jumiin jääminen on negatiivinen asia, jota ehdotetaan sarkastisesti ja kiireellä myös turisteille. Kritiikin ja humoristisen kommentoinnin lisäksi tämän funktion alle voi lukea myös twiitit, joissa kirjoittaja kiittää muita jostakin, kuten Alexander Stubb tekee twiitissään: ”Tämän palautteen perusteella menen nukkumaan hyvin mielin. Kiitos kaikille kommenteista ja läsnäolosta. Lämmittää, ja paljon. Öitä.” Kannanottoja tai kommentteja olivat myös hyvin useat kysymyksiin vastaavat keskustelutwiitit, kuten Tuomas Enbusken twiitti, jolla hän ilmaisi kantansa tietyn politiikan äänestämisestä vaaleissa: ”Saattaisin äänestääkin, mutta ei ole vaalipiirissäni ehdolla. @käyttäjäjätunnus #vaalit2015”. Keskustelutwiiteissä asemoitiin usein itseä ja omia mielipiteitä suhteessa muihin. Kommenteille ja kannanotoille olivat muita funktioita ominaisempia argumentointi, modaaliverbit, ja modaaliset konstruktioit kuten nesessiivirakenteet.

Viimeinen erityinen, mutta tässä esitellyistä funktioista harvinaisin on *minän rakentaminen*, joka toki sekoittuu helposti henkilökohtaisiin kannanottoihin, huomion hakemiseen, sekä raportointiin tapahtumista, joissa on itse ollut mukana. Minää rakentavat twiitit kuitenkin nousevat aineistosta esiin poikkeuksellisina, koska kirjoittajan *minä* on niissä hyvin keskeinen ja aineiston twiiteistä ne luovat kaikkein vahvimmin ja läpinäkyvimmin kirjoittajansa roolia. Tässä funktiossa esiintyy muita funktioita useammin viittauksia itseen ja omaan henkilökohtaiseen elämään, ja näitä viittauksia tehdään esimerkiksi pronomineilla, omistusliitteillä ja nimeämällä itseä tai hyvin läheisiä ihmisiä. Kirjoittaja on itsetiedostava ja kirjoittaa asemoiden itseään osaksi maailmaa. Tällaiset twiitit kuuluvat Hallidayn toimintatyypeistä (2014: 35–38) selvästi *henkilökohtaisten arvojen ja kokemusten jakamiseen*. Esimerkiksi Jari Sarasvuon twiitti: ”Kristus, tää twiitti-viisastelu syö työntekoa. Isänmaa odottaa verojani ja asiakkaat palveluitani, mutta tämä poika pakenee tw-vemputukseen.” piirtää kuvan Sarasvuosta itsekriittisenä *poikana*, joka kokee itsensä isänmaan ja asiakkaidensa velvoittamaksi ja

kiroaa omaa toimintaansa. Kuvaa itsestään, sosiaalisesta käyttäytymisestään ja mieltymyksistään rakentaa myös Tuomas Enbuske twiitillään: ”*Twitter sopii kaltaisilleni introverteille: pöydästä saa poistua milloin haluaa, eikä se ole epäkohteliasta. Livetyksessä ei. @käyttäjätunnus*”. Enbuske nimeää itsensä introvertiksi, jolle vapaa pöydästä poistuminen on ilahduttava mahdollisuus. Minää rakentavat twiitit ovat usein kuvailevia tarinoita tai tilannekuvauksia kirjoittajan henkilökohtaisesta elämästä ja twiitit saattavat sisältää intiimejä viittauksia esimerkiksi kotiin ja perheeseen, kuten Arman Alizadin twiitissä: ”*Puolitoistavuotias tyttäreni näki tämän kuvan lehdessä. Osoitti kuvan miestä jolla huivi ja sanoi "isi". <http://fb.me/73y8O2WYN>*”. Twiitissä on ollut kuva muslimiperheestä, jonka juuret ovat todennäköisesti jossakin Lähi-Idässä, jossa ne ovat myös iranilaissyntyisellä Alizadilla. Viittaus omaan tyttäreeseen ja toimintaan tämän kanssa päästää lukijan näkemään Alizadia hyvin yksityisessä elämässä, joka ei julkisuudessa muuten näy useinkaan.

5.4 Osallistujaroilien rakentuminen piirteittäin

Olen etsinyt aineistosta kaikki intersoonaisuuden alle luokiteltavat kielen ja multimodaalisen aineksen piirteet, jotka rakentavat osallistujarooleja. Seuraavissa alaluvuissa käsittelen näitä aineistosta löytyneitä piirteitä siten, että joka luvussa etenen merkityksellisimmistä vähemmän merkityksellisiin.

5.4.1 Nimet, puhuttelu, referointi ja pronominit

Lähden liikkeelle nimistä, jotka lisäsivät kaikista piirteistä selvimmin twiittien osallistujien määrää. Olen niputtanut nimet, puhuttelun, referoinnin ja pronominit samaan lukuun, koska aineistossani ne kietoutuivat usein toisiinsa, sillä esimerkiksi puhuteltu tai referoitu henkilö osoitettiin usein nimellä. Tiivistetysti voi sanoa, että nimistä käyttäjätunnukset olivat monipuolisin ja merkittävin keino osoittaa osallistujia ja yleisin niiden merkitys oli puhuttelu osana keskustelua. Käyttäjänimien avulla myös mainostettiin, sekä kiitettiin ja keuhuttiin julkisesti, mikä sitouttaa ihmisiä toisiinsa ja nostaa molempien osapuolten statusta joko kiittävänä tai kiiteltävänä. Käyttäjätunnusten ohella muilla erisnimillä nimettiin kaikkein useimmin representoituja osallistujia ja nimien valinta saattoi joko sosiaalisesti lähentää tai etäännyttää nimettyä kirjoittajasta. Viimeisenä käsiteltävät pronominit olivat lyhyissä twiiteissä hyvin harvinaisia, joten niiden merkitys osallistujarooleille oli vähäinen.

Käyttäjätunnukset toivat kaikista piirteistä selkeimmin ja voimakkaimmin twiitteihin moniäänisyyttä ja osoittivat osallistujia. Twitterin @-merkillä alkavat käyttäjätunnukset ovat erityisiä erisnimiä, sillä ne ovat hyperlinkkejä kyseisten käyttäjien omille Twitter-sivuille, ja kun käyttäjätunnus kirjoitetaan twiittiin, kyseinen käyttäjä saa tiedon, että on tullut merkityksi. Zappavignan (2011: 790)

mukaan käyttäjätunnuksella alkava twiitti on useimmiten kohdistettu nimenomaisesti tälle käyttäjälle, jota ikään kuin puhutellaan. Jos käyttäjänimi on jossakin muualla twiitissä, ei kyseessä välttämättä ole puhuttelu, vaan käyttäjänimellä saatetaan esimerkiksi viitata toiseen henkilöön ja twiitin kirjoittaja on todennäköisesti ajatellut laajempaa yleisöä (mts.). Tällainen logiikka voisi olla merkki twiitin rakennepotentiaalista, mutta omassa aineistossani käytäntö kuitenkin vaihteli, sillä käyttäjätunnus saattoi olla yhtä hyvin twiitin lopussa tai keskellä lausetta, vaikka twiitti selvästi puhutteli kyseistä käyttäjää. Kuitenkin ne tapaukset, joissa käyttäjätunnus oli twiitin alussa, olivat poikkeuksesta suoria vastauksia merkityn käyttäjän esittämään kysymykseen, tai sitten niissä lainattiin merkityn käyttäjän kirjoittamaa twiittiä. Esimerkki tällaisesta lainauksesta on kuvassa 4 ja esimerkki suorasta vastauksesta taas on Riku Rantalan henkilökohtaisen mielipiteen sisältävä vastaus kysymykseen siitä, mitä hän piti edellisen twiitin mukaan maistamastaan mykyrokasta: ”.@käyttäjätunnus Erinomaiselta maistui! Melko voimaperäistä mättöä. #hirvi”.

Usein käyttäjätunnuksen sisältävistä twiiteistä puhutaan osoitettuina twiitteinä, vaikka niitä ei aina olekaan osoitettu nimenomaisesti merkityille käyttäjille. Page (2012a: 99) havaitsi tutkimuksessaan, että niin sanotut tavalliset ihmiset twiittaavat lähes yhtä paljon osoittamattomia, kuin osoitettuja viestejä. Sen sijaan julkisuudenhenkilöt suosivat osoittamattomia päivityksiä, kun taas osoitettuja päivityksiä on selvästi vähemmän. Omassa aineistossani oli vain julkisuudenhenkilöiden twiittejä, joten en kykene arvioimaan väitteen toteutumista. Aineistossani käyttäjätunnus tai -tunnuksia oli 137 twiitissä, eli noin kolmasosassa twiiteistä. Seuraavana on taulukko, johon on luokiteltu kaikki aineistoni twiiteissä esiintyneet käyttäjätunnukset sen perusteella, mikä niiden funktio twiitissä vaikutti olevan. Yhdessä twiitissä on voinut olla useampi käyttäjätunnus, joista jokainen on analysoitu erikseen, mutta jokaisella tunnuksella on katsottu olevan vain yksi funktio. Puhutteluksi näistä voi katsoa vastauksen tai kommentin kohdistamisen keskustelussa, sitaatin ja lainattuun sisältöön kohdistuvan vastauksen tai kommentin, keskustelun avauksen ja julkisen kehu tai kiitoksen liittyen yhteiseen toimintaan.

Käyttäjätunnuksen funktiot	kpl
Vastauksen tai kommentin kohdistaminen keskustelussa	67
Kontekstin ilmaiseminen ja/tai mainostaminen	66
Kuvassa esiintyneen henkilön merkitseminen	26
Sitaatin merkintä ja vastauksen tai kommentin kohdistaminen	16
Kanssatoimijan merkitseminen	12
Keskustelun avaus	11
Julkinen kehu tai kiitos liittyen yhteiseen toimintaan	8

TAULUKKO 2. Käyttäjätunnuksen funktiot

Useimmiten twiittiin merkitty käyttäjätunnus kertoi siitä, että twiitti on osa käyttäjän kanssa käytyä keskustelua, jollaiseksi luetaan myös kommentoidut sitaatit ja keskustelun avaukset. Erotin taulukossa sitaatit ja keskustelun avaukset muista keskustelutwiiteistä, koska sitaatti oli vahva keino tuoda twiitteihin selvästi toisen osapuolen ääntä ja keskustelun avaukset taas olivat selvästi harvinaisempia verrattuna vastauksiin ja kommentteihin. Useimmat keskustelutwiitit olivat yksinkertaisia vastauksia, kuten: ”@käyttäjätunnus Meidän mielestä ympäristöministeriö pitää säilyttää.”, jolla Paavo Arhinmäki ilmaisi Vasemmistoliiton kannan ympäristöministeriön säilymiseen, kun toinen käyttäjä oli kysynyt asiaa. Käyttäjätunnuksella saatettiin myös ilmoittaa twiitissä kuvailtuun toimintaan osallistunut kanssatoimija, tai twiittiin liitettyssä kuvassa esiintynyt henkilö, jolloin kyseinen henkilö saa ilmoituksen twiitistä ja voi halutessaan jakaa sen omille seuraajilleen. Esimerkki tästä on Aku Hirviniemen twiitti: ”*Ihanat Alasen sisarukset! @mtvkingi #kingi #unicef #mtvkingi @rjniemin*”, jonka oheen liitettyssä kuvassa olivat Hirviniemen lisäksi niin sanotut *Alasen sisarukset* Katri Helena ja Riku Nieminen, jonka käyttäjätunnus on @rjniemin. Twiitissä on myös käyttäjätunnus @mtvkingi, joka on markkinointitarkoituksessa televisio-ohjelma Kingille perustettu tili. Tämä käyttäjätunnus on twiitissä, koska twiitin kuva on otettu Kingin Unicef-jakson kuvauksista, joten käyttäjätunnuksen funktio on kontekstin ilmaiseminen ja mainostaminen, mitä tekevät myös twiitin hashtagit.

Referointi ja sitaatit luetaan toisinaan osaksi ideationaalista ja tarkemmin sanottuna loogista metafunktiota, mutta ne lisäävät olennaisesti osallistujien tai äänten määrää teksteissä, joten niitä on järkevää käsitellä myös intersubjektivisuuden alla. Käsittelen referointia ja sitaatteja tässä luvussa siksi, että lähes aina referoitu tai lainattu ääni nimettiin käyttäjätunnuksella tai erisnimellä, kuten Pekka Haaviston twiitissä: ”*Soininvaara ehdottaa eduskunnan työn tehostamista: "Eduskunnassa hukataan aikaa" <http://www.image.fi/image-lehti/eduskunnassa-hukataan-aikaa>*”. Tässä sitaatti Soininvaaran kirjoittamasta artikkelista on merkitty lainausmerkein. Twiiteissä saatettiin referoida tai lainata myös esimerkiksi kirjoittajan omia artikkeleita, ja nämä olivatkin niitä tapauksia, joissa lainatun äänen lähdettä ei nimetty. Aineistossa oli vain aivan muutama poikkeava tapaus, jossa lainattua ääntä ei osoitettu kenellekään eikä se ollut kirjoittajankaan. Esimerkki tästä on Esko Seppäsen kuvalla varustettu twiitti: ”*Nail Jakupov osoitti olevansa jotain muutakin kuin "vaikealuonteinen tuittupää". Hieno ele. #NHLfi*”, jossa ei tuoda ilmi, kuka on ilmaissut Jakupovin olevan *vaikealuonteinen tuittupää*. Sitautti voikin ilmaista yleiseksi koettua mielipidettä.

Käyttäjätunnukset toivat twiitteihin muita ääniä tai osallistujia, ja osa käyttäjätunnuksista liittyi vahvasti muita ääniä eksplikoiviin sitaatteihin, joissa lainattiin suoraan toisen käyttäjän twiittiä tai tekstiä muualla verkossa. Esimerkiksi seuraavassa kuvassa näkyy Arman Alizadin twiitti, jossa on lainausmerkein merkitty suora sitaatti @OlympusSuomen @JarppiDudesonille osoittamasta twiiti-

tistä, joka on erotettu rivityksellä Armanin omasta reaktiosta lainattua sisältöä kohtaan. @JarppiDudeson oli ensin kysynyt @OlympusSuomelta humoristisesti, mitä taitoja tarvitaan kuvien ottamiseen Olympuksen kameralla, ja @OlympusSuomi vastasi humoristisesti opastamalla kameran peukalorullan käyttöön, vaikka @JarppiDudeson on melko tunnetusti menettänyt peukalonsa. Emojeita analysoin tarkemmin luvussa 5.4.2, mutta lyhyesti analysoituna silmänsä peittänyt apina -emoji voi ilmaista suhtautumista peukalottomuus-vitsin kyseenalaisuuteen, Armanin käyttämä ilosta itkevä -emoji vahvistaa ilmausta huvittuneisuudesta, ja peukku ja kamera -emojit vahvistavat vitsikkäästi kontekstia ja sanomaa.



KUVA 4. Kommentoitu sitaatti twiitissä

Myös julkiset kehuja ja kiitokset ovat yleisiä twiiteissä, sillä esimerkiksi Zappavignan (2012: 47) tutkimuksessa kaikkein yleisin kolmen sanan yhdistelmä twiiteissä oli ”*thanks for the*”. Havaitsin yleisyyden myös omassa aineistossani, jossa tosin käyttäjätunnuksella varustettuja kiitoksia tai kehuja oli vain 8 kappaletta. Kaikkiaan kiitoksia oli 24 kappaletta ja kehuja huomattavasti enemmän. Esimerkki käyttäjätunnuksella varustetusta, ja siten kohdistetusta kiitoksesta, on Alexander Stubbin ymmärtäväisen arvostava twiitti: ”*Kiitos tentistä @iltalehti_fi. Värikäs keskustelu. Kahdeksan puheenjohtajan tentti yhdessä tunnissa on aina hankalaa. Hyvin veditte.*” Vaikka kuvatonlaiset tentit määritellään *aina hankaliksi*, Stubb kuitenkin kiittelee, kehuu ja arvioi keskustelun monimerkityksisesti *värikkääksi*. Toinen esimerkki on Riku Rantalan twiitti: ”*@käyttäjätunnus Kiitos itsellenne - olitte erinomainen yleisö! #ainejärjestöt @SpeakersforumOy*”, joka palauttaa kiitoksen käyttäjälle, joka alun perin kiitteli Rantalaa erinomaisesta esiintymisestä ainejärjestöjen tapahtumassa. Kun kiitollinen tai kehuva suhtautuminen tuodaan jostain syystä tarkoituksellisesti laajan yleisön eteen, nostaa kehu molempien sosiaalista statusta muiden silmissä, koska toinen on julkisesti kiiteltävänä ja toinen taas ystävällisesti huomioivana ja arvostavana. Status voi nousta myös siksi, että käyttäjät ylipäänsä julkistavat yhteyden toisiinsa. Tällainen nousu tapahtuu ainakin statukseltaan pienemmälle silloin, kun sosiaalisesti korkeamman statuksen omaava kiittelee häntä. Tällainen kiittely ja kehuminen epäilemättä pyrkii myös vahvistamaan sidettä osapuolten välillä, kun kerrotaan julkisesti, että

ollaan tyytyväisiä esimerkiksi yhteiseen toimintaan. Kehuminen ja kiittely voi toki olla myös yksinkertaisesti positiivinen arvio esimerkiksi uudesta ravintolasta tai luetusta kirjasta, jolloin se suuntautuu muualle kuin toiseen käyttäjään ja voi olla myös mainos. Käyttäjätunnus voi olla osana myös julkisissa onnentoivotuksissa. Esimerkiksi Aku Hirviniemi on twiitannut ”Hyvää Syntymäpäivää @samihedberg ! #Luokkakokous”, jonka ohessa on ollut myös kuva Sami Hedbergistä. Kyseinen twiitti pyrki todennäköisesti myös markkinoimaan Luokkakokous-elokuvaa, jossa Hirviniemi ja Hedberg näyttelivät yhdessä ja jonka kuvauksista twiittiin liitetty kuva oli todennäköisesti otettu. Tässä tapauksessa käyttäjätunnuksen ensisijainen funktio oli kuitenkin puhutella ja osoittaa onnittelu.

Käyttäjätunnusten lisäksi twiiteissä esiintyy myös muita eris- ja yleisnimiä, joilla useimmiten nimettiin representoituja osallistujia ja joista representoidut osallistujat myös näkyivät useammin kuin mistään muusta piirteestä. Kirjoittajat nimesivät propreilla tai appellatiiveilla vain muutamassa tapauksessa itseään tai niin sanottua *meitä*, johon kirjoittaja lukeutui. Tällaisten viittausten vähyys voi selittää sillä, että twiitissä näkyy aina jonkinlainen kirjoittajan identiteetti, joka muodostuu kuvasta, käyttäjän palveluun antamasta nimestä ja käyttäjätunnuksesta, joten on helppo tulkita, että juuri tämän identiteetin omistaja kirjoittaa twiiteissä omasta puolestaan. Poliitikot saattoivat viitata *meihin* esimerkiksi kirjoittamalla oman puolueensa nimellä, kuten Paavo Arhinmäki twiitissään: ”*Vasemmisto vaati valtion 30% ankkuriomistajuutta Turun telakasta. Ministeri Vapaavuori tyrmäsi valtion mukanaolon. Vuosi myöhemmin toteutui.*” Toinen harvinaisista itsen nimeämisistä on jo aiemmin käsiteltyssä Aku Hirviniemen kuvalla varustetussa twiitissä (ks. kuva 3): ”*Hyvää naistenpäivää! Pitäkää suu vaan kiinni! T. Jortsuli*”, jossa allekirjoitus Jortsulin nimellä ilmaisee Hirviniemen ottaneen televisio-ohjelman Jortsuli-nimisen hahmon roolin. Allekirjoitus siirtää Jortsulin nimiin kyseisen twiitin, joka ensin toivottaa hyvää naistenpäivää, mutta yhdistettynä kuvan halveksuvaan ilmeeseen kuitenkin kehottaa sovinnaisesti naisia pysymään hiljaa. Täten Hirviniemi itse irtisanoutuu lausahduksesta. Itsen tai meidän sijaan nimettiin useammin niitä, jotka saivat twiitissä vastaanottajan tai puhuteltavan rooleja. Eniten tähän käytettiin käyttäjätunnuksia, mutta niiden lisäksi esimerkiksi Riku Rantala toivotti hyvää joulua *raatajakansalle*, Jari Sarasvuo puhutteli *rakasta lähimmäistänsä*, Ja Esko Seppänen kiitteli suoraan *Juventusta*.

Mielenkiintoinen esimerkki puhuttelusta on Aleksi Valavuoren twiitti: ”*Mitä hel.... Hart. Et-hän sä nyt vaan voi noita enää torjua.*”, joka näennäisen suoraan puhuttelee maalivahti Joe Hartia, vaikka ei ole minkäänlaista oletusta siitä, että Hart itse koskaan lukisi, saattikka ymmärtäisi suomenkielistä twiittiä. Twiitti voikin puhutella tai osoittaa sisältönsä jollekulle kuvitellusti, aivan kuin twiitti olisi sanottu kasvotusten tietylle ihmiselle tai ihmisille, vaikka todelliset vastaanottajat saattavat olla aivan muita. Scott (2011: 16) antaa ilmiöstä esimerkiksi oman aineistonsa twiitin: ”*Get your fucking snacks and sit the fuck down.. #cinema*”, jonka kirjoittaja puhuttelee näennäisesti häntä elokuvateat-

terissa ärsyttäviä kanssaihmisii. Koska kasvokkaisessa tilanteessa osallistujat saivat kontekstivihjeensä itse tilanteesta, ei tällaisissa twiiteissä useinkaan ole kontekstietoja, sillä ne rikkoisivat mielikuvan autenttisesta ja suorasta lausahduksesta tietyssä tilanteessa. Kuitenkin hashtag voi virkkeen ulkopuolisena osana kertoa kontekstiedon, kuten elokuvateatterin paikkana, jossa twiitti esitettäisiin. (Scott 2011: 16). Sen lisäksi, että twiitti voi kuvitellusti puhutella jotakuta, se voi myös käydä kuvitteellista keskustelua. Kirjoittaja voi jäljitellä keskustelua esimerkiksi vastailemalla kuvittelemiensä lukijoiden hypoteettisiin kommentteihin (Myers 2010a: 84–85). Näin tapahtuu Esko Seppäsen twiitissä: ”*TsSKA 3 maalia metrin päässä maalista. Mistä tasaisen playoff-ottelun maalit tehdään? Aivan. Turha soitella. Selvä maali. #KHLfi #Ossi #Topi*”. Tällä twiitillä Seppänen ensin raportoi tilanteen, jossa jääkiekkjoukkue TsSKA on tehnyt kolme maalia, joista viimeisintä on ilmeisesti epäilty tai pidetty jotenkin epäoikeudenmukaisena. Seppänen tyrmää epäilyt ja käy kuvitteellisen keskustelun epäilijöiden kanssa implikoimalla, että jos TsSKA pääsee tekemään kaikki maalinsa niin läheltä maalia, ei kyseessä ole tasainen ottelu, ja TsSKA tekee selviä maaleja johtuen toisen joukkueen eli Jokereiden huonosta puolustuksesta. Syytös kohdistuu puolustukseen, koska hashtagit *#Ossi* ja *#Topi* viittaavat ja nimeävät Jokereiden puolustajat Ossin ja Topin. Yksityiskohtainen analyysi osoittaa, miten runsaasti kontekstietoa tulkinta voi vaatia. Tällainen twiitti implikoikin lukijoiksi selvästi rajattua joukkoa, jolla on kiinnostusta ja tietämystä twiitin käsittelemästä aiheesta. Lukijoilla on siis jaettua tietoa kirjoittajan kanssa, mutta mielipiteiltään lukijat voivat olla sekä maalin epäilijöitä että niitä, jotka ovat Seppäsen kanssa samaa mieltä maaleista.

Eniten eris- ja yleisnimillä nimettiin niin sanottuja kolmansia osapuolia, eli twiiteissä representoituja osallistujia, jotka saattoivat olla muun muassa tiettyjä henkilöitä, yrityksiä tai yleisiä nimiä kuten *autoilijat*. Tällaisissa twiiteissä esimerkiksi raportoitiin tai arvioitiin kolmansien osapuolten toimintaa, kuten Tuomas Enbusken twiitissä: ”*Olli Rehn teki Harri Holkerit. Holkeri marssi 1970 Sirkus Pasila -ohjelmasta ulos, kun Heikki Kinnunen lauloi jonkun kommarilaulun...*” tai Pekka Haaviston twiitissä: ”*Maanpuolustuskorkeakoulu ja Aleksanteri-instituutti valmistelevat turvallisuus-, ulko- ja puolustuspolitiikan professuuria. Hyvä hanke*”. Nimien avulla voitiin osoittaa lainatun tai referoidun äänen omistaja, ja yleisnimien valinta saattoi tuoda nimettyä sosiaalisesti lähemmäs, kuten Riku Rantalan twiitissä: ”*Broidin kaa rääkillä @stadinrevityin-pyhätössä. Rataenkat ei mennyt uusiks, vain pinnoite. Henkilön käyttäjätunnus kuva [yksityisyyden suojan vuoksi poistettu linkki]*”, jossa epämuodollinen *broidi* viittaa biologiseen sukulaiseen tai sukulaisen kaltaiseksi koettuun läheiseen. Twiiteissä saatettiin nimetä representoituja osallistujia esimerkiksi *kavereiksi* tai *naapurin pojiksi*, jotka niminä sisältävät ajatuksen läheisyydestä suhteessa kirjoittajaan. Yhtälailla nimi voi myös etäännyttää, kuten Tuomas Enbusken twiitissä: ”*En ikinä menisi ravintolaan, jossa joutuisi dinnerille ennalta tuntemattomien homo sapiensien kanssa @käyttäjätunnus*”, jossa tuntemattomiin ihmisiin

viitataan humoristisesti kylmän tieteellisellä lajinimellä, joka niputtaa yhteen miljardit erilaiset yksilöt.

Pronominit ja käyttäjätunnusten tapaiset erisnimet eli propriit viittaavat yleisnimiä eli appellaatiiveja selvemmin johonkin tiettyyn, joko tekstitasolla tai tilannekontekstissa tunnistettavaan henkilöön tai henkilöihin (Halliday & Matthiessen 2014: 384). Halliday (2014: 62, 384) esittää persoonaa systeemiksi, joka jakautuu tilanteessa aktivoituviin puherooleihin eli yksinkertaistettuna puhujaan ja kuulijaan, muihin keskustelun vuorovaikutuksessa ulkopuolisempiin rooleihin, ja yleiseen nollapersoonaan. Nämä roolit näkyvät suomen kielessä pronomineista, verbien persoonapäätteistä ja omistusliitteistä. Esimerkiksi pronominin avulla voi asemoida eri osallistujia ja aseointi voi viitata joko fyysiseen tai suhteellisempaan etäisyyteen osallistujien välillä. Kirjoittaja asemoi muut osallistujat usein suhteessa itseensä, eli ensimmäiseen persoonaan, joka voi olla joko yksiköllinen *minä* tai monikollinen *me*, kun taas lukijalle tarjotaan usein toista persoonaa, joka voi olla yksilöllinen *sinä* tai monikollinen *te*. Usein sekä fyysisesti että suhteellisesti kauimpana kirjoittajasta on kolmas persoona, eli yksikön *hän* ja monikon *he*, jotka ovat usein kirjoituksessa representoituja osallistujia. Kun käytetään pronomineja *hän* tai *he*, viitataan usein joko aiemmin tekstissä esiteltyyn henkilöön, tai muuten tilanteessa osallistujien kesken oletettavasti tunnettuun henkilöön. Aineistossani pronominia *hän* käytettiin vain muutamia kertoja ja ainoastaan yhteydessä, jossa viitattiin aiemmin twiitissä erisnimellä mainittuun henkilöön. Toki persoonien roolit eivät ole aina näin yksinkertaisia, sillä esimerkiksi kirjoittaja ja lukija voivat yhdessä muodostaa roolin *me* tai kirjoittaja saattaa suostutella lukijaa osaksi *meitä*. (Halliday & Matthiessen 2014: 624, Page 2012a: 154.)

Persoonapronominit olivat aineistossani hyvin harvinaisia, mikä selittyy helposti sillä, että lyhyissä twiiteissä ei yksinkertaisesti ehditä viittaamaan osallistujiin pronomineilla, kun usein henkilöistä kirjoittamiseen riitti vain kerran mainittu nimi. Viittaussuhteilla syntyvää yhtenäisyyttä eli koheesiota ei tarvita, kun hyvin lyhyt teksti pysyy koossa ja ymmärrettävänä ilmentäen. Persoonista useimmin pronominilla viitattiin yksikön ensimmäiseen persoonaan, mutta sillekin oli tarvetta harvoin, koska twiittiin kiinteästi kuuluva kirjoittajan käyttäjätunnus implikoi, kenen ajatuksista ja teoista twiitissä kirjoitetaan, joten sitä ei tarvitse eksplikoida. Ensimmäisen persoonan pronominia käytettiin lähinnä esimerkiksi silloin, kun haluttiin esittää jonkinlainen vastakkainasettelu kirjoittajan ja muiden välille, kuten Tuomas Enbusken twiitissä: ”*Perussuomalaiset vastustavat maahanmuuttoa, vasemmisto vastustaa maastamuuttoa. Minä kannatan vapautta molemmissa. #maastamuuttovero*”. Persoonapronomineista *sinä* taas esiintyi vain puhuttelevissa twiiteissä, kuten Riku Rantalan twiitissä: ”*Tuli lipsautettua lauantain kunniaksi @hsfi-päästö! Vinkki sinulle suomalainen: Matkusta enemmän, luule vähemmän <http://www.hs.fi/matka/a1421984873446?jako=ba0fcde919ed04d0e07f491d97e41798&ref=tw-share>*”. Monikon pronomini *me* viittasi yleensä kirjoittajan omaan ryhmään

ja suostutteli lukijaa ryhmän osaksi vain kahdessa tapauksessa, joista toinen oli Alizadin vahvan vetoavassa twiitissä: ”*Meidän kaikkien apu tarvitaan. Kun tarpeeks moni meistä nousee tätä vastaan, niin asiat muuttuu.* <http://fb.me/2TML37qSr>”. Hieman persoonapronomineja enemmän viitattiin demonstratiivipronomineilla *tämä* tai *nämä* deiktisesti twiittiin liitettyyn sisältöön tai twiitissä käsiteltyyn aiheeseen. Deiksis implikoi kirjoittajan paikkaa ja kirjoitushetkeä, ja sitä voidaan ilmaista sanoilla kuten *täällä* ja *tänään*, jotka saavat merkityksensä vain suhteessa kirjoitushetkeen tai -paikkaan (Myers 2010a: 53). Demonstratiivipronomineista *tämä* ja *nämä* ovat lähimpänä kirjoittajaa (Halliday & Matthiessen 2014: 629–630), joten ne viittasivat usein twiittiin liitettyyn sisältöön tai aiheeseen, johon kirjoittaja oli jo tutustunut ja josta hän halusi kertoa myös lukijalle. Esimerkkejä ovat Arman Alizadin twiitti: ”*Nauroin tälle yllättävän kauan en tiedä miksi.* <http://fb.me/3ICWswiuE>” ja Paavo Arhinmäen: ”*Onneksi nämä #uclfi pelit tulee myöhään. Ei ole oikein lasten katseltavaa tämä peli.*”

5.4.2 Multimodaalinen sisältö

Työssä on puhuttu modaalisuudesta, joka saattaa sekoittaa ajatukseen tämän luvun sisällöstä eli multimodaalisuudesta. Kyseessä ovat kaksi eri asiaa, joista multimodaalisuus viittaa eri moodeihin, eli semioottisiin resursseihin, jotka yhdessä ja erikseen muodostavat merkityksiä. Jokaisella moodilla on oma ilmaisupotentiaalinsa ja näiden resurssien käyttö rakentaa myös kuvaa käyttäjästä (Kress & van Leeuwen 1996: 39). Kaikki semioottiset systeemit kykenevät rakentamaan rooleja ja suhteita käyttäjiensä eli kirjoittajien ja vastaanottajiensa eli lukijoiden välillä. Multimodaalista sisältöä oli aineistoni 400 twiitistä 303 twiitissä, eli multimodaalisuus on merkittävä osa twiittejä. Merkittävin multimodaalinen osallistujaroolien rakentaja olivat kuvat, joiden avulla kirjoittaja saattoi joko esittäytyä lukijalle tai kutsua lukijan katsomaan yhdessä jotakin. Henkilökuvissa suora katse loi lukijoihin sitouttavan näennäissosiaalisen yhteyden ja lähikuvat lisäsivät henkilökohtaisuutta. Kuvattu saattoi esiintyä yhdessä muiden tunnettujen julkisuudenhenkilöiden kanssa, mikä lisäsi julkisuusstatusta, tai sitten kuvassa saattoi olla niin sanottuja tavallisia ihmisiä, mikä teki kuvasta helpommin lähestyttävän. Hashtagit olivat enimmäkseen kontekstoivia, tai nimesivät twiittien aiheita, mutta toisinaan ne ilmaisivat myös suhtautumista, osoittivat osallistujia, sekä loivat huumoria ja leikillisyyttä. Lisäksi niillä mainostettiin ja osoitettiin omaa ammatillista roolia ja työtä. Linkkien avulla suositeltiin huomionarvoista sisältöä, haettiin huomiota omalle sisällölle ja osoitettiin pätevyyttä kuratoida sisältöjä toisille. Emojit, hymiöt ja tunneikonit olivat aineistossa hyvin harvinaisia keinoja osoittaa esimerkiksi suhtautumista.

Seuraavassa taulukossa on esitetty, millaista multimodaalista sisältöä twiiteissä oli ja kuinka monessa twiitissä on esiintynyt kutakin multimodaalista ainesta. Huomioitavaa on, että esimerkiksi hashtagia voi olla yhdessä twiitissä useampikin kappale, mutta taulukko ei huomioi kappalemääriä,

vaan twiittejä. Periaatteessa multimodaaliseksi sisällöksi voisi lukea myös hyperlinkkeinä toimivat ja visuaalisesti muusta tekstistä poikkeavat käyttäjätunnukset, mutta niitä on analysoitu jo edellisessä alaluvussa.

Hashtag	188 twiitissä
Linkki	102 twiitissä
Kuva	88 twiitissä
Emoji	8 twiitissä
Hymiö tai tunneikoni	4 twiitissä
Video	4 twiitissä

TAULUKKO 3. Multimodaalinen sisältö

Seuraavaksi analysoin näitä aineksia tarkemmin siinä järjestyksessä, mikä niiden merkitys oli osallistujaroolien rakentumisessa. Kolmanneksi yleisintä multimodaalista sisältöä olivat kuvat, joiden merkitys interpersoonaisuuden suhteen oli aineistossani selvästi muuta multimodaalista sisältöä suurempi. Kuvien ansiosta twiittaajien ei tarvinnut vain lingvistisesti kertoa, vaan he saattoivat myös näyttää asioita seuraajilleen. Kuvat toimivat myös todisteina siitä, mitä twiittaaja on nähnyt, missä hän on ollut tai kenet hän on tavannut. Twiittaajat saattoivat kutsua lukijat katsomaan yhdessä kanssaan jotakin, tai he saattoivat esittäytyä itsetiedostavasti henkilökuvissa, jotka suorien katseiden avulla sitoutuivat katsojia näennäissosiaalisiin yhteyksiin. Aineistossa esiintyneet kuvat voikin jakaa interpersoonaisen merkitysten suhteen kahteen ryhmään: (1) kuviin joissa esiintyy kirjoittaja itse ja (2) kuviin joissa kirjoittaja ei esiinny, vaan joita hän ikään kuin katsoo yhdessä twiitin lukijan kanssa. Jälkimmäiseen ryhmään kuuluneet 34 kuvaa voidaan edelleen jakaa sen mukaan, ovatko ne (a) kirjoittajan ottamia kuvia esimerkiksi maisemista, vai (b) kuvankaappauksia tai kuvia mainoksista, lehdistä tai teksteistä. Ensimmäisen ryhmän 54 henkilökuvaa taas voidaan jakaa sen mukaan, onko (a) kirjoittaja niissä yksin vai (b) onko kuvassa muitakin henkilöitä. Henkilökuvissa on merkityksellistä, katsovatko kuvatut henkilöt suoraan kameraan, vai suuntautuuko heidän katseensa muualle. Henkilökuvien interpersoonaiset merkitykset muodostuvatkin ensisijaisesti siitä, katsooko kuvattu vaativasti suoraan katsojaan, vai puuttuuko kuvasta katsojaan tiedostavasti suuntautuva katse, jolloin kuvauskohde ikään kuin vain tarjoutuu tarkasteltavaksi (Kress & van Leeuwen 1996: 41). Suora katse vetoaa ja tavallaan vaatii katsojaa näennäissosiaaliseen suhteeseen. Jos kuvattu katsoo kameraan ja hymyilee, katsoja asetetaan näennäissosiaaliseen tai mielikuvitukselliseen yhteyteen, jossa hymyyn pitäisi vastata. Tällainen suora katse sekä osoittaa katsojaansa ja implikoi *sinän* että vaatii tältä jota-

kin, kuten mielikuvitukselliseen yhteyteen asettumista. (Kress & van Leeuwen 1996: 121–123.) Tällaiset kuvat ovat yleisiä yhteyksissä, joissa halutaan sitouttaa katsojaa ja luoda vaikutelma yhteydestä esimerkiksi julkisuudenhenkilön ja katsojan välillä (Kress & van Leeuwen 1996: 126–127), mikä oli hyvin oletettavasti tarkoituksena kaikissa aineistoni suoran katseen sisältäneissä kuvissa.

Avoin katse julkisuudenhenkilön omakuvassa implikoi, että hän tiedostaa katsojansa ruudun toisella puolella, esittäytyy tälle ja suuntautuu vetoavasti tätä kohti. Aineiston 54 henkilökuvasta jopa 44 oli sellaisia, että kuvattu tai kuvatut katsoivat suoraan kameraan. Se, miten lähellä kameraa kuvattava on, ilmaisee sosiaalista etäisyyttä samoin kuin fyysinen välimatka normaalistikin (Heikkilä 2006: 27). Lähikuva tuo katsojan lähelle kuvattua, ja nykyään yleisten itse otettujen omakuvien eli *selfieiden* tapauksessa läheisyys on entistä suurempi, sillä kuvatun ja katsojan välissä ei ole edes kuvaajaa, vaan kuvattu esittäytyy suoraan ja omatoimisesti katsojalle. Tämä luo hyvin intiimin tunnelman ja päästää katsojan hyvin lähelle kuvattua. Näyttelijä Aku Hirviniemi päästi kuvissaan katsojan toistuvasti lähelle itseään, kun taas poliitikot Pekka Haavisto ja Alexander Stubb esittäytyivät usein pidättyvämmän, virallisemmin ja edustavasti hymyillen kauempana kamerasta. Esiintyminen kuvissa vaikuttikin ilmaisevan sitä, millainen suhde kuvatun ja katsojien välillä on ja miten vakavasti kuvatut ottavat tai olettavat katsojien ottavan itsensä. Hirviniemen tuttavalliset lähikuvat sitouttivat faneja ja olivat luontevia työkseen kameran edessä esiintyvälle näyttelijälle, kun taas poliitikoiden viralliset kuvat rakensivat roolia asiallisista ja esiintymiseensä vakavasti suhtautuvista poliitikoista. Jos kuvan on ottanut joku muu hieman kauempaa, on kuva helposti virallisempi. Kressin ja van Leeuwenin teoriassa (1996: 127) *minä* puuttuu vaativista kuvista, sillä kuvan tuottaja ja katsojan todellinen puhuttelija usein piiloutuu kuvassa esiintyvän tai esiintyvien taakse. Itse otetun kuvan kohdalla asia on kuitenkin toisin, sillä vaativa *minä* voi ottaa kuvansa itse ja puhutella sillä suoraan katsojaa.

Aku Hirviniemen twiitit olivat lähes yksinomaan kuvanjakopalvelu Instagramista Twitteriin linkitettyjä kuvia, joissa teksti oli toissijaisena elementtinä. Hirviniemen kuvat olivat usein itse otettuja omakuvia eli selfieitä, kuten seuraavassa kuvassa 5. Tässä Hirviniemi on ottanut Roba-ohjelman toisen tuotantokauden kuvauksissa yhteiskuvan näyttelijä Jarkko Niemen kanssa, ja twiitin teksti on selvästi kuvateksti, joka kommentoi kuvaa. Kuvateksti viittaa siihen, että Niemi on toisessa televisiosarjassa näytellyt kirurgia ja Hirviniemi kommentoi humoristisesti sitä, että nyt *se tietty* kirurgiksi leimautunut Niemi on tullut näyttelemään, tai Hirviniemen sanoin *pyörimään*, Robaankin. Niemi on merkitty kuvaan omalla käyttäjätunnuksellaan ja konteksti on merkitty hashtagilla *#roba2*. Yhteiskuva sarjan kuvauksista mainostaa Hirviniemen työtä ja nostaa hänen statustaan sosiaalisena ja muita julkkiksia omiin kuviinsa saavana näyttelijänä. Kuva voi luoda varsinkin Roban tai näyttelijöiden faneille intiimin, henkilökohtaisen ja läsnä olevan vaikutelman, kuin Hirviniemi päästäisi fanit ohjelman kulissien taakse katsomaan julkisuudenhenkilöitä omassa arjessaan ilman näyteltyjä rooleja.



KUVA 5. Selfie-kuva twiitissä

Muut henkilöt yhdessä kirjoittajan kanssa loivat aina kuvaa sosiaalisesta ihmisestä, joka toimii yhdessä muiden kanssa. Kun kuvissa oli muitakin julkisuudenhenkilöitä, vahvisti se twiittaajan roolia henkilönä, jolla työnsä ansiosta on yhteyksiä muihin tunnettuihin ja suosittuihin julkisuudenhenkilöihin. Poliitikoista Pekka Haavistolla ja Alexander Stubbilla oli myös kuvia, joissa he esiintyivät niin sanotusti tavallisten ihmisten kanssa omilla vaalikampanjakiertueillaan, kuten seuraavassa kuvassa 6. Tällaiset kuvat taas loivat vaalikampanjassa roolia helposti lähestyttävästä henkilöstä, joka arvostaa tavallisia ihmisiä ja heidän tapaamistaan niin, että haluaa esittää heidän kanssaan otetut yhteiskuvat julkisesti Twitterissä.

Bartonin ja Leen (2013: 36) mukaan esimerkiksi kuvanjakopalvelu Flickrissä kuvalle annetaan lähes poikkeuksetta otsikko, joka voi muistuttaa kirjojen tai maalausten nimiä ja joka usein on selittävä tai kuvaava antaessaan lisätietoa kuvasta tai julkaisijan suhteesta kuvaan. Twitterissä kuvien jako ei ole ensisijaista toimintaa, mutta silloin kun twiitti sisältää kuvan, sitä usein selitetään kuvatekstimäisesti, kuten edellä. Omaan aineistooni ei sattunut yhtään kuvan sisältävää twiittiä, jossa ei olisi mukana kirjallista tekstiä selittämässä kuvaa jollakin tavalla. Tämän voisi tulkita kertovan siitä, että twiittaaja ei luota kuvan kertovan kaikkea, vaan haluaa varmistaa vastaanottajan ymmärtävän kuvan merkitystä tai kontekstia. Heikkilä (2006: 83–84) erottelee omassa työssään kuvateksteistä otsikot, kehysjaksot ja kuvaselosteet, joista kaksi jälkimmäistä voivat esiintyä esimerkiksi saman lauseen sisällä. Kehysjaksot antavat kuvan sisällölle kehystävää taustatietoa ja kuvaselosteet ilmaisevat kuvassa näkyvää tilannetta. Kehysjaksoiksi voisi omassa aineistossani ajatella kontekstoivat hashtagien ja käyttäjätunnusten listat, joita löytyi useiden kuvallisten twiittien loppuista, kuten kuvissa 5 ja 6. Heikkilän (2006) aineistossa esiintyi myös omassa analyysissäni esiin nousseita finiittiverbittömiä

kuvaselosteita, jotka melko usein alkoivat kuvaan viittaavalla paikan adverbialilla ja joihin helposti voisi lisätä finiittiverbin *on* (emt. 117, 119). Kuvassa 6 on esimerkki myös tästä.

Henkilökuvia voidaan Kressin ja van Leeuwenin (1996:109) mukaan jaotella myös sen mukaan, toimitaanko niissä, vai esittäydytäänkö niissä jokseenkin passiivisesti. Kun kielessä toimintaa ilmaistaan verbeillä, kuvissa toimintaa ilmaisevat erilaiset vektorit, esimerkiksi ihmisten suuntautuminen jotakin kohti (Kress & van Leeuwen 1996: 44). Tällaisia kuvia aineistossani oli Pekka Haavistolla ja Alexander Stubbilla, jotka kuvattiin poliitikon työssään esimerkiksi syventyneinä papereihin tai keskusteluun. Esimerkkinä on Pekka Haaviston positiivisen arvion sisältävä ja tilannetta raportoiva twiitti kuvassa 6, jota voisi kutsua toiminnallisuuden vuoksi tilannekuvaksi. Kuvassa Haaviston ja naisen katseet ja asennot suuntautuvat vektorimaisesti kohti naisen kassia, jota esitellään, ja joka on huomion kohteena. Kassissa on Haaviston mainoslause ”*Maailma muuttuu kun sitä muutetaan*”, johon katsojan varmasti halutaan kiinnittävän huomionsa.



KUVA 6. Tilannekuva twiitissä

Kuvien jälkeen eniten osallistujarooleja rakensivat hashtagit, jotka olen määritellyt multimo-
daaliseksi sisällöksi, koska ne ovat hyperlinkkejä ja erottuvat muusta tekstistä erivärisinä visuaalisina yksikköinä. Virkkeen tai virkkeiden jälkeen tulevat hashtagit ohjaavat usein tulkintaa ja tarjoavat esimerkiksi tietoa kontekstista, mikä helpottaa twiitin ymmärtämistä (Scott 2011: 13). Omassa analyysissani havaitsin, että hashtag saattoi toimia samoin myös keskellä virkettä, mutta jos jostakin virkkeen sisällä olevasta sanasta tehtiin hashtag, oli tarkoituksena usein korostaa kyseistä sanaa alleviivauksen tavoin. Valtaosa aineistoni hashtageista kiinnitti twiitin johonkin aiheeseen tai tarkensi

twiitin kontekstia. Tällaiset hashtagit ilmoittivat esimerkiksi tapahtuman (*#vaalit2015*, *#kultainen-venla*), maantieteellisen sijainnin, johon twiitti liittyi (*#Russia*, *#Bangladesh*, *#iisalmi*, *#tallinn*), mainostettavan ohjelman, kulttuurituotteen tai muunlaisen tuotteen (*#Enbuske360*, *#Docventures*, *#mtvkingi*, *#roba2*, *#Luokkakokous*, *#Stronghold*), urheilulajin liigan (*#valioliiga*, *#UCLfi*, *#NHLfi*, *#KHLfi*), yrityksen, järjestön tai puolueen (*#olympus*, *#vasemmisto*, *#unicef*, *#kokoomus*) tai ajankohtaiseksi nousseen aiheen (*#koulutuslupaus*, *#jäähvyäisvero*, *#revontulet*, *#kuperkeikka*). Edeltävistä esimerkiksi *#revontulet* viittasi keväällä 2015 näkyneisiin poikkeuksellisen voimakkaisiin revontuliin, ja *#kuperkeikka* viittasi tietyn maalivahdin kuperkeikan sisältäneeseen suoritukseen jalkapallo-ottelussa. Twiiteissa voidaan kertoa tarinoita näistä ajankohtaisista aiheista, mutta jos tarina on jo kerrottu aiemmin, tai itse tapahtuman oletetaan olevan osapuolille tuttu, ei tarinaa kerrota kokonaisuudessaan, vaan siihen saatetaan viitata niin sanotulla iskulauseella (engl. *punchline*) (Georgakopoulou 2007: 50). Mielestäni tämä voisi kuvata sitä, miten Twitterissä tietyt hashtagit kehittyvät viitatakseen ytimekkäästi tiettyyn ajankohtaiseen tapahtumaan tai oletettavasti tunnettuun tarinaan. Aineistossani hashtagilla saatettiin joskus harvoin nimetä myös representoitu osallistuja, kuten *#Radulov*, *#Sipilä*, *#Ossi*, *#Topi*, *#Fanit* tai *#Kokoomus*, joista Ossin ja Topin tapausta analysoitiin jo edellisessä luvussa kuvitteellisen keskustelun yhteydessä. Fyysisen sijainnin tai paikan ilmoittaminen hashtagilla tai muilla keinoin asetti usein kirjoittajan fyysisesti johonkin, ja ylipäänsä korosti tekstinulkoista olemassaoloa (Myers 2010a: 61–62). Page (2012b) havaitsi yli 90 000 twiittiä sisältäneessä tutkimuksessaan, että reilut 90 % julkisuudenhenkilöiden käyttämistä hashtageista oli juuri edellä lueteltujen kaltaisia, sillä ne käsitelivät puhtaasti twiitin aihetta, kun taas alle 10 % hashtageista oli evaluoivia, jolloin ne ilmaisivat asennetta tai sisälsivät esimerkiksi hauskan meemilausehduksen. Sen sijaan niin sanotuilla tavallisilla twiittaajilla evaluoivia hashtageja oli lähes 20 %. Myös omassa työssäni huomasin, että julkisuudenhenkilöt käyttivät hashtageja melko virallisesti aiheita osoittaen, kun taas kokemuksen mukaan niin sanotut tavalliset ihmiset usein käyttävät hashtageja paljon luovemmin ja epämuodollisemmin ja luova käyttö tuntuu mielestäni myös lisääntyvän.

Aineistossani hashtag oli siis harvoin evaluoiva tai ilmaisi suhtautumista, mutta näitäkin tapauksia oli, kuten positiiviset reaktiot ja arviot *#myhatoff*, *#lucky*, *#työnilo* ja *#w/#love*, joista viimeisin viittaa englanninkieliseen ilmaukseen *with love* eli *rakkaudella*. Interpersoonainen merkitys voi siis ilmetä myös hashtagista (Zappavigna 2011: 800, Scott 2011: 17). Edeltävien selvien suhtautumisen ilmausten lisäksi interpersoonaisuutta oli esimerkiksi Riku Rantalan twiitissä: ”*Pakko myöntää @Loirinuotiolla, että olin jäätyä lapsuuden(kin) sankaria ekan kerran kätellessä. #fanboy #foto #1983*”, jossa *#fanboy* ilmaisi humoristisen suhtautumisen twiittiin liitettyyn lapsuudenkuvaan, jossa Rantala oli pukeutunut Uno Turhapuroksi. Tällaisissa niin sanotusti luovemmissa tapauksissa hashtag saattoi muodostua yleisnimestä tai mistä tahansa esimerkiksi lauseen osana olevasta sanasta, joka ehkä haluttiin nostaa twiitin korostettavaksi pointiksi (*#punk*, *#kokemus*, *#perspektiivi*, *#vapaus*,

#moderniluokkahuone, #luottamus, #valta, #cleantech), jota haluttiin painottaa lauseen keskellä alleviivauksen tavoin (*#muuten, #tosin, #ehkä*), tai jolla luotiin huumoria ja leikillisyyttä (*#fanboy, #piirtoheitin, #kalvot, #pappamoposafari, #halavatunpapat, #hymiö, #EnOleKoskaan, #letmetakeaselfie*). Zappavignan mukaan (2011: 800) hashtageilla voidaankin leikitellä ja vahvistaa twiitissä esitettyä arviota. Esimerkiksi Aleksi Valavuoren kuvalla varustetussa twiitissä: ”Kuka nää diat on tehnyt? Ypäjän 2b-luokka? #vaalit2015 #vaalitentti #piirtoheitin #kalvot” viimeiset kaksi hashtagia loivat humoristisesti miellelyhtymää vanhanaikaiseen ala-asteella käytettyyn teknologiaan. Tämä korosti negatiivista arviota siitä, että virallisen vaalitentin diat olivat kuin ala-asteella tehtyjä. Myöhemmässä twiitissään Valavuori osoitti pahoittelunsa summamutikassa nimeämälleen Ypäjän 2b-luokalle ja totesi, että nämä olisivat todennäköisesti tehneet paremmat diat. Tämä oli kohteliaisuuden osoitus, jottei summamutikassa nimetty Ypäjän 2b-luokka kokisi kasvojaan uhatuksi. Tuomas Enbusken twiitissä: ”#EnOleKoskaan tuonut alkoholia Virosta. @käyttäjätunnus” hashtag toi Twitteriin seurapelin, jossa kerrotaan mahdollisesti yllättäviä asioita, joita ei ole koskaan tehnyt. Alexander Stubbin twiitti: ”Hallituksen esityksiä kaatui vähemmän kuin viime vaalikauden päättyessä. #perspektiivi <http://yle.fi/uutiset/7867932>” korosti hashtagilla perspektiivin merkitystä ja kenties toivoi perspektiiviä niille, jotka pohtivat hallituksen toimintaa.

Koska aineistoni twiittaajissa oli juontajia ja näyttelijöitä, ei ollut yllättävää että he käyttivät usein hashtageja, jotka merkitsivät ja mainostivat ohjelmia, joissa he itse olivat mukana. Myös Page (2012b) totesi omassa tutkimuksessaan hyvin yleiseksi sen, että julkisuudenhenkilöiden hashtagit nimeävät ja siten myös markkinoivat ohjelmia, projekteja ja tapahtumia, joissa he itse ovat osallisina. Hashtagit nimesivät usein myös aihealueita, jotka kuuluivat kirjoittajien asiantuntemukseen. Tämä tekee näkyväksi heidän ammatillista rooliaan ja ammatillista aktiivisuuttaan, jota myös tavalliset käyttäjät toivat hashtageilla esiin. Tavalliset käyttäjät voivat kuitenkin vain harvoin viitata työhönsä individualistisilla hashtageilla, kuten ohjelmien nimillä, joten Pagen tutkimuksessa (emt.) he käyttivät yleisempiä termejä ja sanoja. Sen lisäksi että hashtageilla mainostetaan omaa työtä, hashtag voi osoittaa myös yleisön siinä mielessä, että se merkitsee aihealueen, johon twiitti liittyy ja tavoittelee näin kyseisestä aiheesta kiinnostuneiden huomiota (Marwick & boyd 2010: 121). Hashtagilla voi esimerkiksi merkitä kohteen, jota twiitissä arvioidaan, jolloin muut voivat etsiä muiden arvioita ja mielipiteitä tietyistä kohteista ja muodostaa yhteisöjä samanmielisten kanssa (Zappavigna 2011: 788–789). Aineiston keruuajana vuoden 2015 eduskuntavaalit olivat suuri puheenaihe, joten useat twiitit kommentoivat ja arvioivat vaalikampanjoiden ja -tenttien etenemistä, ja liittivät twiitit hashtagilla *#vaalit2015* osaksi samasta aiheesta kiinnostuneiden keskustelua.

Hashtagien jälkeen twiittien yleisintä multimodaalista sisältöä olivat linkit erilaisiin verkkosisältöihin. Aineistossani käyttäjät linkittivät sisältöihin, jotka liittyivät heidän omaan asiantunte-

musalaansa, kiinnostuksenkohteisiinsa tai ammattiinsa, ja täten linkit myös vahvistivat heidän rooliaan tietyn alan ihmisenä ja asiantuntijana. Linkittäjät tarjosivat vastaanottajille mahdollisuutta esimerkiksi hyödylliseen tai viihdyttävään sisältöön ja esittivät samalla kykenevänsä suodattamaan huomionarvoiseksi kokemaansa sisältöä seuraajiensa hyödyksi. Linkittäminen ei siis ole ainoastaan intertekstuaalinen, vaan myös sosiaalinen toiminto, joka rakentaa jakajalleen tietynlaista roolia (Page 2012a: 109). Linkkiä jaettaessa on yleistä kirjoittaa myös pieni kuvaus tai arvio linkin sisällöstä. Nämä selosteet tai saatteet toimivat kuin uutisotsikot, sillä niiden tarkoituksena on antaa jonkinlainen vihje laajemmasta sisällöstä ja houkutella lukijaa sen pariin. Seloste voi olla abstraktimainen tiivistys linkin sisällöstä, taustoittava tai kontekstoiva orientaatio, tai henkilökohtaisen mielipiteen tai suosituksen sisältävä arviointi. Orientaatiot ovat yleisiä myös kuvien yhteydessä, ja tyypillinen tapa on luoda kuvalle kontekstia ajan tai paikan ilmauksilla. (Page 2012a: 110–112, 203).

Aineistossani linkit olivat lähes yksinomaan joko twiittaajien omaa sisältöä muualla verkossa tai artikkeleita, joita twiittaajat pitivät lukemisen arvoisina. Linkkien ohessa toteutui siis lähes aina funktio, jossa kirjoittaja joko haki itselleen tai kohdisti johonkin tiettyyn aiheeseen lukijan huomiota. Linkillä varustettu twiitti saattoi olla mainos, ja mainokseksi tulkittavia twiittejä olikin aineistossa jopa 228 kappaletta, eli yli puolet aineistosta. Linkkejä selostettiin monin eri tavoin, joista lyhyin oli Arman Alizadin painokkaan ytimekäs: ”Tämä. <http://fb.me/3EDsSHGnB>”. Selittelemätön viittaus implikoi, ettei Alizadilla ollut lisättävää, vaan linkki kykeni hänen mielestään puhumaan omasta puolestaan. Linkki saatettiin myös esittää ojennuksena kiinnostuneille seuraajille, kuten Pekka Haaviston twiitissä: ”*Tässä omia vastauksiani Hesarin vaalikoneeseen. Usein perustelu kertoo enemmän kuin pelkkä ruksi: <http://www.vaalikone.fi/eduskunta2015/helsinki/ehdokas/265/>*”. Edeltävä twiitti vältti suoran kehotuksen, mutta argumentin kautta se suositteli hienovaraisesti lukemaan myös perustelut. Jari Sarasvuo esitti omassa twiitissään ensin naurua jäljittelevän reaktionsa ja kommentoi sitten lyhyesti linkin sisältöä: ”*Heh, heh. Koulutus torjuu, vaan ei tyystin estä taikauskoa. <http://www.iltasanomat.fi/terveys/art-1426178013982.html>*”. Twiittaaja saattoi myös reflektoida omaa jakamistaan yleisessä nollapersoonassa, kuten Riku Rantala teki twiitissään: ”*Tää ois pitäny jakaa eilen Naistenpäivänä. Hyvä muistutus siitä, mihin apua ja tukea kandee keskittää juuri nyt. <https://www.youtube.com/watch?v=SmEQNoukCB0&feature=youtu.be>*”. Kyseisessä twiitissä oli paljon modaalisuutta, sillä ensin suhtauduttiin hieman harmitellen siihen, ettei linkkiä jaettu jo eilen, minkä jälkeen Rantala arvioi linkin hyväksi muistutukseksi siitä, mihin geneerisesti kenen tahansa kannattaisi hänen mielestään keskittää apua ja tukea juuri nyt. Twiitti siis muistutti ja ohjeisti yleisesti kaikkia. Linkkien ohkeen kirjoitettiin hyvin monenlaisia saatteita, mutta yleisimpiä olivat linkin sisällön referoiminen, oman reaktion ilmaisu ja linkin suosittelu. Linkkien yhteydessä voi käsitellä myös aineistossa esiintyneet neljä videota, jotka oli liitetty näkymään suoraan twiitissä, vaikka ne olisivat voineet olla myös

linkkeinä. Videot olivat muiden kuin twiittaajien tuottamaa sisältöä, jota twiittaajat kommentoivat huomion arvoiseksi aivan samoin kuin linkejäkin.

Käsittelen emojiit, hymiöt ja tunneikonit samalla kertaa, sillä niiden osuus aineistossa oli hyvin vähäinen. Vähäistä käyttöä voisi selittää sillä, että tutkimuksissa miesten on todettu käyttävän tunneikoneita naisia vähemmän (Tossell ym. 2012), ja aineistoni koostui pelkästään miestwiittaajista. Emojiit, hymiöt ja tunneikonit tekevät teksteistä usein epämuodollisempia ja aineistossani niitä käytettiin, kun ilmaistiin vahvoja tunteita tai reaktioita, tai haluttiin keventää niin sanottua tunnelmaa twiitissä. Aleks Valavuori käytti hymiöitä keventämään tunnelmaa, Esko Seppänen käytti emojiita, jotka vahvistivat twiittien sanomaa, Arman Alizad ilmaisi emojiella suhtautumistaan ja käytti myös positiivista affektiota ilmaistessaan hymiötä <3, joka esittää sydäntä. Kuvassa 7 näkyy Tuomas Enbusken twiitti, jossa sydän-emojiit ilmaisevat sarkastista suhtautumista kirjeen myönteisyyteen. Tulokinta sarkastisuudesta tukevat myös kolme pistettä. Kirjeen ylälaitaan on liimattu lainaus Raamatusta, joka vaikuttaa syyttävän Enbuskea siitä, että hän istuu samoissa pöydissä riivaajien kanssa. Tämä lainaus antaa kirjeestä myönteisen sijaan syyttävän tai jopa tuomitsevan ensivaikutelman. Myöhemmässä twiitissään Enbuske onkin poiminut lainausmerkkeihin sitaatin kirjeestä ja vastaa siihen huumorilla: ””Miksi haluatte istua riivaajien pöydissä?” No kun siellä on hauskemmat jutut, kauniimmat mimmit ja parempi meno!”.

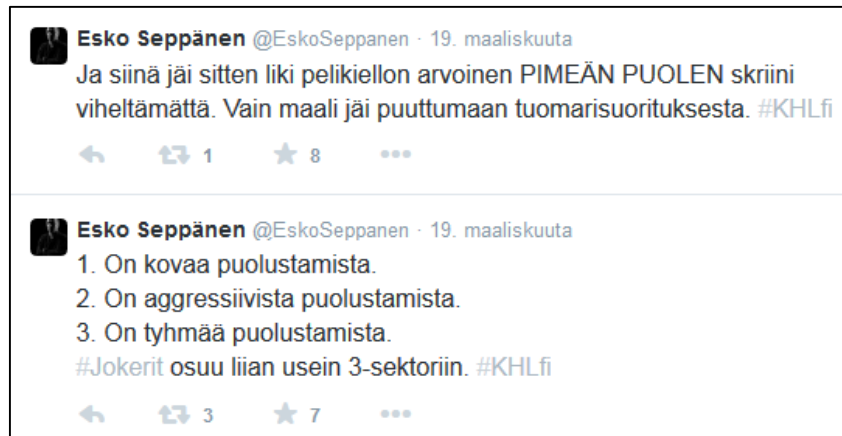


KUVA 7. Sydän-emojiit twiitissä

Knoxin (2009) mukaan hymiöitä saatetaan käyttää välimerkkien tavoin, ilmaisemassa tietyn hymiön eli tunnetilan liittyvän esimerkiksi tiettyyn, hymiötä edeltäneeseen tekstiosuuteen. Aineistossani symbolit olivatkin aina edeltävän esimerkin tavoin twiittien lopussa.

Lopuksi käsittelen multimodaalisuuden alla myös typografiaa, koska se vaikuttaa twiittien visuaaliseen ulkoasuun. Twiitillä on tietty ulkonäkö Twitter-palvelussa, mutta mikäli se poimitaan

esimerkiksi näkymään suorassa televisio-ohjelmassa, sen ulkonäkö voi muuttua esimerkiksi fontin, värin ja rivityksen, eli muun muassa typografian suhteen (Zappavigna 2011: 792). Aineistooni osui muutama twiitti, joissa oli hyödynnetty typografisia keinoja, kuten suuraakkosia tai twiitin jakamista eri riveille luettelomuotoisesti. Suuraakkoset ja useat huutomerkit voivat vahvistaa twiitissä ilmaistua arviota, mutta saman voivat tehdä esimerkiksi hymiöt ja kommenttiadverbit (Zappavigna 2011: 797). Typografian hyödyntäminen aineistossani oli harvinaista, mutta Esko Seppänen oli ahkera käyttämään typografisia keinoja ilmaisun tukena. Seuraavassa kuvassa on kaksi hänen peräkkäistä twiittiään, jotka molemmat kommentoivat parhaillaan käynnissä ollutta jääkiekkopeliä. Ensimmäisessä on korostettu suuraakkosilla sitä, että tuomareiden sivuuttama rike on tapahtunut pimeällä puolella ja toisessa twiitissä Seppänen on pukeutunut mielipiteensä selkeästi numeroidun luettelon muotoon. Numeroitu luettelo luo varman ja viestintätaitoisen asiantuntijan roolia. Typografian avulla kirjoittaja voi pyrkiä selkeyttämään tai jäsentelemään viestiään, tai osoittaa lukijalle, mikä on kirjoittajan mielestä tärkeintä.



KUVA 8. Typografiaa twiiteissä

5.4.3 Verbit

Selvästi suurin osa twiiteistä oli jollakin tavoin sekä narratiivisia että deskriptiivisiä. Twiiteissä siis kerrotaan toiminnasta ja tapahtumista ja kuvaillaan erilaisia asioita ja tilanteita. Kuitenkin verbien merkitys osallistujaroolien rakentumiselle oli yllättävän vähäinen, sillä esimerkiksi persoonamuotoisia verbejä, imperatiiveja tai interrogatiiveja oli aineistossa vain vähän. Noin 17 prosentissa twiiteistä ei ollut lainkaan verbiä ja tällaiset twiitit olivat usein multimodaalisen sisällön kuvauksia, lyhyitä toivotuksia, tai puhetta jäljitteleviä huudahduksia, kuten ”Hyvää kansainvälistä naistenpäivää!”, ”NO NYT KYLLÄ <http://fb.me/3cbCkHRyI>” tai ”Näin tärähtänyttä, mutta siitä huolimatta onnellista sakkia! #unicef #kingi @mtvkingi #letmetakeaselfie”, joista viimeisessä oli mukana myös ryhmäkuva televisio-ohjelma Kingin näyttelijöistä ohjelman kulisissa. Verbittömyys saattoi johtua myös siitä,

että *olla*-verbi oli jätetty pois, vaikka sille oli selkeä paikka twiitissä. *Olla*-verbin kato tai potentiaallinen paikka verbille olikin 61 twiitissä. Finiittiverbittömät kuvaukset ovat yksi keino säästää verbin verran tilaa pituudeltaan rajatussa twiitissä ja tällaisia oli myös omassa aineistossani.

Aineistossani osallistuja ilmeni paljon useammin jostakin muusta kuin verbeistä. Osallistujat ilmenivät verbistä melko samalla todennäköisyydellä riippumatta siitä, mistä persoonasta oli kyse. Yksikön ja monikon ensimmäisissä persoonissa taivutettuja verbejä oli 67 twiitissä. Nämä persoonamuotoiset verbit eksplikoivat aineistossa *minää* tai *meitä*, mutta myös passiivimuodoilla saatettiin viitata *meidän* tekemiseen, kuten Jari Sarasvuon twiitissä: ”*Eilen tehtiin entisaikojen mitassa #työ'tä. Purkitettiin @käyttäjätunnus ja @käyttäjätunnus kanssa yli 50 jaksoa PV,TT-verkkokurssia.#työn-ilo.*” Passiivimuotoisia verbejä oli 44 twiitissä. *Sinää* tai *teitä* ilmentäviä yksikön ja monikon toisen persoonan verbejä esiintyi myös 44 twiitissä. Yksikön kolmannen persoonan muodot eivät läheskään aina osoittaneet representoituja osallistujia eli *häntä* tai *heitä*, sillä kyseisellä muodolla on monia muitakin käyttöjä. Selvästi representoidut osallistujat ilmenivät yksikön ja monikon kolmansista persoonamuodoista 45 twiitissä. Verbien persoonamuotojen esiintymiskerrat ovat siis melko lähellä toisiaan osoittamastaan persoonasta riippumatta, mutta kirjoittajan toiminnasta kerrottiin hieman muita enemmän.

Pagen (2012b) mukaan ero vertaisten vuorovaikutuksen ja mediaesiintymisen välillä näkyy twiittajien tekemissä valinnoissa deklaraatiivien, imperatiivien ja interrogatiivien, eli modaalisten lausetyyppien välillä. Hänen tutkimuksessaan julkkikset käyttivät muita enemmän imperatiivia, kun taas tavalliset ihmiset käyttivät julkiksia enemmän deklaraatiiveja ja interrogatiiveja, ja useimmiten julkisuudenhenkilöiden imperatiivit haastoivat tai kannustivat lukijoita johonkin toimintaan. Deklaraatiivi on kuitenkin kaikkien käytössä yleisin lausetyyppi, ja niin se oli myös omassa aineistossani, jossa deklaraatiivisiksi voi määritellä noin 75 % twiiteistä. Deklaraatiivisilla lausetyypeillä kerrottiin neutraalisti asioita, ilmaistiin mielipiteitä, otettiin kantaa ja asetettiin väitteitä. Aineistossani imperatiivimuotoinen verbi oli 31 twiitissä, joista suurin osa oli mainoksia, jossa kehoitettiin lukijaa tekemään jotakin päästäkseen käsiksi sisältöön, jonka tuottamisessa kirjoittaja oli jotenkin osallisena. Kuten aiemmin todettiin, tällaiset twiitit kuuluivat tunnistamaani huomiota hakevaan funktioon. Eri twiiteistä poimittuja imperatiiveja ovat muiden muassa ilmaukset *kuuntele*, *lataa sovellus*, *lue blogi*, *muistakaa katsoa*, *levittäkää sana*, *varaa paikkasi* ja *ilmoittaudu ihmeessä*. Mainostamisen sijaan kyseisiä twiittejä voi ajatella myös ojennuksena, sillä julkisuudenhenkilö kertoo ja opastaa, mistä fani saa julkiksen suosittelemaa sisältöä. Käskyjä ja ohjeistuksia oli usein kohteliaasti lievennetty jotenkin, eikä aineistossa ollut erityisen jyrkkiä käskyjä. Imperatiivi on todettu yleisemmäksi konkreettisisä ohjeissa ja käskyissä, kun taas nesessiivirakenne on yleisempi silloin, kun annetaan yleisiä suosituksia (Heikkinen 2009: 176). Nesessiivisyydellä voidaan ilmaista eri voimakkuuksilla välttämät-

tömyyttä tai suositeltavuutta, ja eri asteita saadaan aikaan esimerkiksi predikaateilla *täytyy* ja *kannattaa* tai olla-verbin liittomuodoilla, kuten *on hyvä*. Nesessiivirakenteet eivät olleet erityisen yleisiä aineistossa, mutta ne liittyivät aina henkilökohtaisiin kommentteihin ja kannanottoihin. Aleksi Valavuoren kantaaottavassa keskustelutwiitissä: ”*Talkoopohjalta on vaikea johtaa hyvin. Raha on rakenteissa, ei kentällä @käyttäjätunnus @käyttäjätunnus.*” on modaalinen konstruktio *on vaikea johtaa hyvin*, joka nollapersoonassa viittaa yleisesti keneen tahansa.

Esittämällä kysymyksen kysyjä asettuu kysyjän rooliin ja tarjoaa lukijalle täydentävää roolia tiedon tarjoajana tai kysymällä pyydetyn toiminnan suorittajana (Halliday 1973: 56). Omassa aineistossani interrogatiivit olivat huomattavan harvinaisia. Neljästä sadasta twiitistä ainoastaan 7 esitti kysymyksen, johon todella haettiin vastausta, ja kysymykset olivat hyvin neutraalisti varautuneita. Näiden lisäksi 11 twiittiä saattoi saada tulkinnan sekä vastausta hakevaksi että retoriseksi kysymykseksi, ja lisäksi 18 twiittiä esitti selvän retorisen kysymyksen. Retorisissa kysymyksissä oli usein hieman negatiivinen varaus. Page (2012b) totesi omassa tutkimuksessaan, että julkisuudenhenkilöt käyttävät interrogatiiveja vähemmän, kuin tavalliset ihmiset, joten uskon tämän selittävän osaltaan kysymysten vähyyttä omassa aineistossani. Tavallinen twiittaja voi pyrkiä aktivoimaan passiivisia seuraajiaan esittämällä heille suoria kysymyksiä, mutta julkisuudenhenkilön seuraajakunta saattaa olla jo muutenkin aktiivinen kommentoimaan twiittejä, vaikka niissä ei olisikaan kysymystä. Poikkeuksesta voi antaa esimerkiksi Aleksi Valavuoren twiitin, joka haki asiantuntevia veikkauksia kysymällä: ”*Näkemyksiä illan futiksiin? Itsellä kutkuttelee Barcan yli maalin voitto... Juventuksen kerroin houkuttelee, Borussia ollu niin vaisu.*”, joka aktivoikin monia hänen seuraajiaan keskustelemaan illan jalkapallootteluista. Kysymys ja omat veikkaukset vahvistivat Valavuoren roolia vedonlyönnin ammattilaisena ja urheilun asiantuntijana, ja kysymys osoitti hänen olevan kiinnostunut muiden jalkapalloa seuraavien näkemyksistä, sillä hän myös kommentoi joitakin saamiensa vastauksia. Esimerkki retorisesta, negatiivisesti varautuneesta kysymyksestä on Aku Hirviniemen sarkastinen twiitti: ”*Jos siitä, että astuu tutun yrittäjäpariskunnan autoon, jotka tarjoavat kyydin kotiin, päätyy @seiska etusivulle, mitä enää uskaltaa tehdä?*”. Vaikka kysymys olikin retorinen, Hirviniemi sai twiittiinsä vastauksen esimerkiksi Jari Sarasvuolta, joka kommentoi empaattisesti vertaisen ja samalle puolelle asettuvan julkisuudenhenkilön roolissaan: ”*Tsemiä @hirviniemi! Ankkoja suoltava paskalehti kaupitteli valheita viime viikolla musta. Nyt huijataan väkeä sulla.*”. Sarasvuon twiitissä oli ikään kuin todisteena kuva Seiska-lehden edellisen viikon kannesta, jossa oli negatiivinen otsikko Sarasvuosta. Muita esimerkkejä retorisista ja negatiivisesti varautuneista kysymyksistä ovat Jari Sarasvuon ajankohtaiseen keskusteluun kantaa ottanut twiitti: ”*#Jäähyväisvero? Hävetkää.*” ja Paavo Arhinmäen twiitti: ”*Kolmen päivän aikana NELJÄ puoluejohtajakeskustelua. Kärsiikö pientä inflaatiota myös yleisön mielestä? #vaalit2015*”. Arhinmäen twiitti esittää näennäisesti kysymyksen, mutta kysymyksen polaaraisuus, suuraakkoset ja negatiiviset ilmaukset *kärsiä* ja *inflaatio* ikään kuin antavat jo vastauksen. Sana

pientä voi lieventää ilmausta, mutta esimerkiksi puheessa painotuksen avulla sen merkitys voisi olla täysin päinvastainen. Partikkeli *myös* vihjaa, että Arhinmäen omasta mielestä inflaatiosta kärsitään, ja lukijalle tarjotaan vaihtoehtotonta roolia *yleisössä*, joka asettuu Arhinmäen kannalle asiassa.

Modaaliset lausetyypit ovat Hallidayn ja Matthiessenin (2014: 97) mukaan tärkein interpersoonaisen metafunktion systeemi lauseketasolla, mutta aineistossani modaaliset lausetyypit eivät nousseet kovinkaan merkittävään asemaan, sillä imperatiiveja ja interrogatiiveja oli vain vähän ja deklaratiiivit eivät juurikaan rakentaneet osallistujarooleja. Kognitioon, tunteisiin ja havaintoihin liittyvät verbit kuten *ajatella*, *rakastaa* ja *näyttää* kertovat usein kirjoittajastaan (Myers 2010b: 267), mutta tällaisia ei ollut juuri lainkaan aineistossa. Modaaliverbejä tai modaalisia konstruktioita oli 82 twiitissä ja yleisimpiä olivat liittomuodot modaaliverbien *voida*, *saada* ja *pitää* kanssa. Selvästi useammin näillä ilmaistiin toivottavia ja mahdollisia, kuin esimerkiksi ei-toivottavia, pakollisia tai mahdollittomia asiantiloja. Modaalisuuden negatiivinen ääripää eli kiellot puuttuivat kokonaan aineistosta, ja kielto tuntuisikin twiitissä sosiaalisesti turhan voimakkaalta. Twiitissä kielto olisi nimittäin hyvin julkinen, mutta pituusrajoituksen vuoksi sitä ei kykenisi selittämään juurikaan. Moduksista imperatiivi ja interrogatiivi käsiteltiin jo modaalisten lausetyyppien yhteydessä ja harvinaista potentiaalia aineistossa ei esiintynyt lainkaan. Konditionaalia käytettiin vain 25 twiitissä, joissa se lievensi välittömästi twiiteissä esitettyjen ehdotusten ja mielipiteiden jyrkkyyttä. Esimerkiksi Riku Rantalalta kyseltiin hieman turhautuneena, miten opiskelija voi reilata, kun talvisin on opiskeltava ja kesäisin on tehtävä töitä. Rantala esitti ehdotuksen hienovaraisesti kertomalla omasta kokemuksestaan ja suosittelemalla ratkaisua konditionaalin ja kysymyksen avulla: ”@käyttäjätunnus *Itse ratkaisin ongelman tekemällä duunia talvella(kin). Voisitko reilata syysymmällä/keväämmällä, kun E-Eurooppa jopa parempi?*”.

5.4.4 Modaaliset adjektiivit, adverbit ja partikkelit

Edellä käsitellyillä piirteillä on rakennettu enimmäkseen rooleja kirjoittajien, lukijoiden ja representoitujen osallistujien kesken. Sen sijaan modaaliset adjektiivit, adverbit ja partikkelit, sekä seuraavan alaluvun leksikaaliset valinnat rakentavat ensisijaisesti kuvaa kirjoittajan omasta suhtautumisesta ja asennoitumisesta muita ihmisiä, asioita ja mielipiteitä kohtaan. Lähes kaikki aineiston adjektiivit olivat modaalisia ja modaalisuudessaan arvottavia. Modaalisia adverbeja ja partikkeleita oli määrällisesti adjektiiveja enemmän, mutta adjektiivit toivat selvemmin esiin kirjoittajan henkilökohtaiset arviot ja suhtautumisen. Kaikki adjektiivit, adverbit ja partikkelit eivät kuitenkaan ole interpersoonaisuuden osoituksia. Esimerkiksi jos kirjoittaja kertoisi syöneensä *suomalaisessa* ravintolassa *valkoisilta* lautasilta, kertoisivat adjektiivit ainoastaan asioiden laadusta, eikä kyseessä olisi interpersoonainen ilmaus. Sen sijaan esimerkiksi Tuomas Enbusken twiitissä: ”*No nih. Ravintola Cock testattu.*”.

Cock maistui hyvälle, simpukat pahalle. Pisteet alhaisesta hintatasosta ja hyvästä seurasta.” adjektiivit *alhaisesta* ja *hyvästä* kertoivat kirjoittajan subjektiivisesta arviosta ja suhtautumisesta, ja ilmaus on intersubjektiva. (Halliday & Matthiessen 2014: 376, Zappavigna 2011: 794.) Twiitissä oli myös kaksi modaalista adverbia *hyvälle* ja *pahalle*. Aineistossani siis lähes kaikki adjektiivit ilmaisivat selvästi henkilökohtaisia arvioita tai suhtautumista, eli ne olivat modaalisia adjektiiveja. Modaalisiin adjektiiveihin luetaan myös esimerkiksi välttämättömyyttä tai varmuutta osoittavat adjektiivit, mutta niiden sijaan aineisto koostui lähinnä arvottavista adjektiiveista. Näitä oli noin sadassa twiitissä, ja yhdessä twiitissä saattoi olla useampikin adjektiivi, kuten edeltävässä esimerkissä. Aleksi Valavuoren twiitissä: ”*Barca nukuttaa kohta Manchesterin ja heittää 2-0 rappareita vastaan. Taitotasossa ihan pieni ero. Hidas mutta kankea City kanveesissa.*” adjektiivia *pieni* käytettiin päinvastaisessa merkityksessä osoittamassa suurta eroa, mitä vahvistettiin modaalisella adverbilla *ihan*. Konstruktiossa *adjektiivi mutta adjektiivi* (esimerkiksi *nuori mutta kokenut*) käytetään yleensä osittain vastakohtaisia adjektiiveja, mutta tässä *hidas* ja *kankea* olivat molemmat negatiivisia, mikä korosti negatiivista arviota. Modaalinen adjektiivi saattoi osoittaa myös kirjoittajan kannan, kuten Pekka Haaviston twiitissä: ”*Järkyttävä Boris #Nemtsov/in murha #Moskova/ssa. Syventää #Venäjä/n kriisiä. Shocking murder of Nemtsov deepens the crisis in #Russia.*” Adjektiivit *järkyttävä* ja *shocking* ilmaisivat Haaviston kannan tapahtuneeseen ja kaksikielinen twiitti palveli samalla kertaa sekä suomenkielistä että kansainvälistä yleisöä.

Modaalisia adverbieja ja partikkeleita oli aineistossa yhteensä noin 250 kappaletta, joista useampi saattoi olla samassa twiitissä. Vaikka näitä oli määrällisesti enemmän kuin adjektiiveja, oli niiden vaikutus intersubjektivauteen kuitenkin lievempi, sillä adjektiivit toivat suhtautumista esiin vahvemmin ja eksplisiittisemmin. Sävy- ja fokuspartikkelit sekä kommenttiadverbit muuttivat aineistossa yksiaänisiä ja kategorisia väitteitä moniäänisiksi ja implikoivat muita mahdollisia näkemyksiä. Arvioivat, suostuttelevat ja kommentoivat adverbit ja tietty liitepartikkelien käyttö kertovat kirjoittajan suhtautumisesta, tuovat tekstiin asennoitumista ja voivat toimia sekä sanoman vahvistajina että lieventäjinä (Myers 2010b: 269–270, Heikkinen 2009: 226). Esimerkkinä on Paavo Arhinmäen twiitti: ”*Stubb, Sipilä ja Haglund uskovat työvoiman tarjonnan teoriaan. Kyllä meillä on pula ennen muuta työpaikoista, ei työttömistä. #LMvaalit*”. Ensin Arhinmäki kertoo representoitujen osallistujien kannan, minkä jälkeen vakuutteleva partikkeli *kyllä* aloittaa vahvasti vastaväitteen, jota vahvistetaan vielä adverbiliitolla *ennen muuta*. Partikkelin ja adverbien avulla Arhinmäki korostaa selvästi representoiduista osallistujista eroavaa kantaansa. Pronomini *me* kutsuu aineistossani poikkeuksellisella tavalla lukijoita samaan ryhmään Arhinmäen kanssa, joka haluaa asettua rooliin, jossa hän tietää *meidän* tilanteen ja tarpeet. Toinen esimerkki on Aku Hirviniemen ryhmäkuvalla varustettu twiitti: ”*Näin tähtänyt, mutta siitä huolimatta onnellista sakkia! #unicef #kingi @mtvkingi #letmetakeaselfie*”. Partisiippi *tähtänyt* viittaa todennäköisesti siihen, että kuva on hieman tähtänyt eli epäselvä,

mutta sen voi tulkita myös huumorilla esitetyksi arvioksi kuvassa näkyvistä henkilöistä. Partikkeli *näin* osoittaa ja korostaa tärähtäneisyyttä, kun taas ilmaus *siitä huolimatta* vähentää tärähtäneisyyden vaikutusta ryhmän onnellisuuteen. Esko Seppäsen twiitissä: ”*Tällaiset vaalitentit ovat suurin syy siihen, miksi en seuraa politiikkaa nykymuodossaan lainkaan. Toivottavasti joku seuraa. #vaalit2015*” on modaalinen adjektiivi *suurin*, fokuspartikkeli *lainkaan* ja modaalinen adverbis *toivottavasti*. Modaaliset sanat korostavat sitä, miten kirjoittaja itse ilmoittautuu politiikkaa seuraamattomaksi, mutta toivoo silti joidenkin muiden seuraavan politiikkaa. Viittaus vaalitenttiin osoittaa, että jotakin on kuitenkin tullut seurattua. Paavo Arhinmäen twiitissä: ”*Soini leimasi IL:n keskustelussa ohimennen työtömät "elämäntapaintiaaneiksi", mutta tätä hän tuskin tarkoitti kuitenkaan puheenvuorollaan.*” adverbis *ohimennen* korostaa sitä, miten huolettomasti ihmisryhmä on leimattu. Moittivan huomionkohdistuksen jälkeen Arhinmäki esittäytyy toiveikkaan positiivisena ja ymmärtäväisenä Soinia kohtaan, sillä modaaliset sanat *tuskin* ja *kuitenkaan* ilmaisevat, ettei Arhinmäki usko leimauksen olleen tarkoituksellinen. Modaalisten partikkeleiden ja adverbien käyttö näytti vaihtelevan hieman kirjoittajittain, sillä esimerkiksi Pekka Haavisto ja Arman Alizad eivät käyttäneet niitä juurikaan, kun taas esimerkiksi Paavo Arhinmäki ja Aleksi Valavuori käyttivät niitä runsaasti korostaakseen kulloistakin sano-
maansa.

Liitepartikkelit *-kin* ja *-kAAn* olivat aineistossani yleisiä partikkeleita, jotka melko usein toivat esiin modaalisuutta. Esimerkiksi Tuomas Enbusken twiitissä: ”*#USA ei ole juurikaan kapitalistisempi kuin Tanska, Ruotsi tai Suomi. Sveitsi ja Australia ovat enemmän. @käyttäjätunnus <http://www.heritage.org/index/ranking>*” liitepartikkeli *-kaan* on liitetty fokuspartikkeliin *juuri*, mikä korostaa eron kapitalistisuudessa olevan lähes olematon. Esko Seppäsen twiitissä: ”*Piti tämäkin nähdä: Radulov ei saa luistelemalla Omarkia kiinni. Ensin ilmoittautuu JMA, nyt #LOKOMO. 1-2. #KHLfi #Jokerit*” liitepartikkeli *-kin* korostaa päivittelevää sävyä. Aineistossa oli myös muutamia dialogipartikkeleita, jotka ilmaisivat kirjoittajansa reaktioita. Esimerkiksi Alexander Stubb aloitti keskustelutwiittinsä dialogipartikkelilla *voi*, joka ilmaisi jonkinlaista yllättyneisyyttä: ”*@käyttäjätunnus Voi kun kiva kuulla. Kiitos. Oli hieno kokemus minulle kans.*” Twiitissä on myös inklusiivinen fokuspartikkeli *kanssa*, joka on lyhentynyt muotoon *kans*.

5.4.5 Suhtautuminen leksikaalisilla valinnoilla

Aiemmin on käsitelty jo osallistujien nimeämistä, modaaliverbejä ja muun muassa modaalisia adjektiiveja, jotka voivat myös ilmaista kirjoittajan suhtautumista leksikaalisina valintoina. Aineistossa käytetyt nimeämiset kuten *naapurin poika* ja *broidi* toivat nimettyä sosiaalisesti kirjoittajaa lähemmäs, kun taas esimerkiksi ilmaus *tuntematon homo sapiens* etäännytti osallistujia toisistaan. Tässä

luvussa käsitellään muita edellä käsittelemättä jääneitä leksikaalisia valintoja, jotka ilmaisevat kirjoittajan suhtautumista ja asennoitumista ja asettavat häntä tiettyihin ryhmiin, joilla on tietyt tiedot ja tietyt asenteet. Kieli saattaa vaihdella myös laajemmin esimerkiksi rekisterin tai murteen osalta, kun halutaan ilmaista tietynlaista identiteettiä tai vaihdellaan erilaisten aihepiirien ja tilanteiden välillä. Affektiivisuudella, tabuja rikkovalla kielenkäytöllä, ryhmävitseillä ja esimerkiksi urheilupuheella voidaan luoda myös sosiaalisuutta (Page 2012: 90) ja esimerkiksi lähentyä muita samanlaista kieltä käyttävien ja arvostavien, tai samaa asennoitumista arvostavien kanssa. Voimakasta kielenkäyttöä oli esimerkiksi Arman Alizadin twiitissä: ”*Fuck haters. Tää on mahtava tarina* <3 <http://www.hs.fi/m/ulkomaat/a1305935611056>”, joka ilmaisi Alizadin jyrkän suhtautumisen artikkelissa mainittuihin kiusaajiin ja samalla asetti Alizadin kiusattua puolustavien joukkoon. Tietyt sanat voivat esiintyä todennäköisemmin jossakin tietyissä tilanteissa, ja esimerkiksi enemmän urbaanissa ja rennossa kuin virallisessa tekstissä (Ventola 2006: 100, Halliday & Matthiessen 2014: 648–649, Zappavigna 2012: 40). Esimerkiksi Esko Seppäsen twiitissä: ”*Hyvää huomenta, Juhamatti Aaltonen. Nytkö se rupesi PELLAAMAAN. #KHLfi 0-1*” on selvä syy sille, miksi nimenomaan Juhamatti Aaltosesta puhuttaessa murteinen ja yleisgeminointin muovaama *PELLAAMAAN* on ymmärrettävä ja suuraakkosilla korostettu sanavalinta. Juhamatti Aaltonen on nimittäin saanut leiman jääkiekkopelaajana, joka puhuu voimakkaalla murteella, johon kuuluu yleisgeminointi. Seppäsen tietenkin olettaa lukijan tietävän tämän ja tuo twiittiin hieman huumoria jäljittelemällä Aaltosen murretta. Leksikaaliset valinnat kutsuvat yleisöä antamaan tietynlaisia merkityksiä, mikä taas rakentaa tietynlaisia sosiaalisia toimijoita ja näiden muodostamia yhteisöjä.

Jari Sarasvuon twiitissä: ”*Ajattelin koston kostoksi maksaa työstäni vielä 5 milliä veroja kustantaakseni myös kiittämättömien mölinää. #w/#love* <http://goo.gl/CnzIRg>” ilmaukset *kosto* ja *kiittämättömien mölinä* ilmaisevat vahvasti Sarasvuon negatiivista suhtautumista siihen kritiikkiin, jota hän on kokenut joidenkin osoittavan kaltaisilleen melko varakkaille ihmisille. Jo aiemmin lyhyesti käsitelty hashtagien yhdistelmä *#w/#love* tarkoittaa ilmausta *with love* eli *rakkaudella*, joka on sarkastinen loppukaneetti Sarasvuon piikikkään twiitin loppuun. Tuomas Enbuske esitti twiitillään arvion syystä, miksi Sipilä ei osallistunut tiettyyn vaalitentiin: ”*Eiköhän syy ole se, että tentti on lontoon kielellä. #Sipilä ei osallistu EU-tenttiin – muut puoluejohtajat paikalla* <http://www.hs.fi/politiikka/a1426565317640?jako=8e83539112cef4651d79f167e194cd3f&ref=tw-share>”. Ironinen viittaus englannin kieleen *lontoon kielenä* voi ilmaista sitä, että Enbuske suhtautuu Sipilään henkilönä, joka ei erityisesti tunne vieraita kieliä ja viittaa siksi englantiinkin ikään kuin sitä puhuttaisiin *vain siellä jossain Lontoossa*, eikä kieli kuuluisi niinkään Suomeen. Ironia on myös asennoitumista, sillä kuten Myers (2010b: 271) kirjoittaa: ”[irony] expresses an opinion that readers are not to take to be that of the writer”. Ironiaa viljelevä asettuu siis usein jonkun toisen rooliin ja voi esimerkiksi ilmaista

Sipilän vältelleen *lontoon kieltä*. Myöhemmässä twiitissä Enbuske palaa samaan aiheeseen ja toteaa: ”*Ei poliitikon pidä osata englantia virheettömästi. Mutta itse en kyllä voisi tehdä työtäni ilman englanninkielisiä kirjoja ja lehtiä.*” Tällä hän ilmaisee pitävänsä riittävää englanninkielen taitoa välttämättömänä tietyissä töissä.

Osa twiittaajista hyödynsi myös yksittäisiä sanavalintoja laajempia valintoja, kuten tilanteittain vaihtelevaa rekisteriä tai murretta. Esimerkiksi Paavo Arhinmäki vaihteli poliittisen puheen ja urheilupuheen välillä. Riku Rantala kirjoitti rentoja keskustelutwiittejä ja henkilökohtaisia arvioita käyttäen slangia tai nuorekasta yleispuhekieltä, kun taas esimerkiksi hänen työhönsä liittyvissä twiiteissä oli usein normitetumpaa kirjakieltä. Rantala ohjeisti matkailijaa rennolla kielenkäytöllä twiitisään: ”.*@käyttäjätunnus Kerkeet hyvin ainakin tsekkaileen valaita Samanaan, himmee satsi humpbackeja! Sinuna piipahtaisin myös rajan yli Haitissa.*” Rento ja epämuodollinen kielenkäyttö luo nuorekkaan ja urbaanin mielikuvan, ja rakentaa Rantalalle tietynlaista imagoa verrattuna yksinomaan normitetun kirjakielen käyttäjiin. Lukija kirjoittautuu tekstiin implisiittisesti jaetun tiedon kautta, koska hänen odotetaan ymmärtävän twiitin viittaukset, kielenkäyttö ja mahdollinen huumori jopa vaikeatajuiseen sarkasmiin asti (Myers 2010a: 10, 77). Rantala siis suhtautuu keskustelukumppaniinsa ihmisenä, jota kiinnostaa *tsekkailla valaita* ja joka ymmärtää mitä tarkoittaa *himmee satsi humpbackeja*. Toki kielen tilanteinen vaihtelu eli rekisteri ja esimerkiksi murre ovat leksikaalisia valintoja suurempi asia, mutta esimerkiksi murteen avulla voi tarkoituksellisesti luoda tietynlaista identiteettiä tai osoittaa yhteenkuuluvuutta johonkin ryhmään (Mantila 2004: 323). Sosiaaliset funktiot vaikuttavat siihen, millainen kielen varieteetti tai rekisteri valikoituu käyttöön eri kulttuurikontesteissa ja tilanteissa (Halliday 1973: 22) ja kielelliset valinnat voivat olla esimerkiksi kirjoituksen sopeuttamista tietylle yleisölle. Englantia käytetään usein, kun oletettu yleisö on laajempi (Barton & Lee 2013: 57). Varsinkin aineistoni poliitikoilla olikin toisinaan tapana julkaista kaksikielinen twiitti, jonka sisältö oli käännetty joko suomesta englanniksi tai toisin päin. Esimerkiksi Pekka Haaviston kuvalla varustettu twiitti: ”*Savo-Solar vie 15m2 aurinkokeräimiä Tanskaan. Large #solar thermal collectors produced in Mikkeli Finland #cleantech*” kohdistui kahdelle yleisölle. Haavisto oli ehkä ajatellut, että kotimaista ja suomenkielistä yleisöä kiinnostaa tarkemmin yrityksen nimi ja toiminta, kun taas kansainväliselle ja suomea ymmärtämättömälle yleisölle mainostetaan yleisemmin, mitä Suomessa valmistetaan.

6 LOPUKSI

6.1 Analyysin yhteenveto

Twiiittien osallistujat voidaan jakaa yksinkertaistetusti kirjoittajiin, lukijoihin ja representoituihin osallistujiin, joista viimeiset voivat olla esimerkiksi twiiittien aiheena. Eniten kielen ja multimodaalisen sisällön piirteet kertoivat kirjoittajasta tekoineen, mielipiteineen ja suhtautumisineen ja toiseksi eniten näkyivät representoidut osallistujat. Lukija näkyi tekstin tasolla vain noin kolmasosassa aineistoni twiiteistä ja nämä twiitit olivat myös niitä, joilla aktiivisimmin käytiin keskustelua. Kirjoittajien ja lukijoiden roolit voivat olla sekä kielellisesti tuotettuja että kielenulkoisia. Aineistossa kielenulkoi- set roolit olivat merkittäviä tulkinnan kannalta, koska twiittaaajat esiintyivät omalla julkisesti tunnetulla nimellään ja kasvoillaan, ja twiittejä julkaistiin jotakuinkin intiimisti monenlaisista tilanteista, joihin kirjoittajat olivat usein päätyneet nimenomaan julkisen ammatinsa puolesta. Jokaisella julkisuudenhenkilöllä oli hieman erilainen tapansa kirjoittaa twiittejä ja näihin tapoihin vaikutti myös heidän ammatillinen roolinsa, sillä esimerkiksi poliitikot pysyivät muita virallisemmalla asialinjalla.

Analyysin lopputuloksena tunnistin aineiston twiiteistä neljä funktiota, jotka ilmenivät erilaisina osallistujaroolien aktivoitumisina ja kielen piirteinä. Tapahtumia ja tilanteita raportoivat twiitit eivät suoraan puhutelleet lukijoita, vaan kertoivat ja kuvailivat asioita, joissa yleensä oli osallisina representoituja osallistujia, joita saatettiin myös referoida. Kirjoittajat olivat ehkä olleet itsekin läsnä tapahtumissa, mutta itse toiminta tai tilanne oli aina kirjoittajan roolia tärkeämpää. Raportoitua asiaa saatettiin kerrata ja arvioida ikään kuin yhdessä muiden asian kanssaseuraajien kesken. Toinen funktio oli huomion hakeminen kirjoittajalle tai huomion kohdistaminen johonkin kirjoittajan mielestä huomionarvoiseen asiaan, ja näissä twiiteissä lukijaa puhuteltiin usein suoraan. Tällaisissa twiiteissä jaettiin usein linkkejä, mainostettiin, ohjeistettiin, käskettiin tai suositeltiin asioita, mutta myös osoitettiin aiheita, joihin kirjoittaja toivoi lukijan kohdistavan huomiotaan tai tekojaan. Mainostaminen oli yleistä, sillä yli puolet twiiteistä saattoi tulkita selvästi mainokseksi, jolla mainostettiin lukijoille joko twiittaaajan omaa työtä, yhteistyökumppaneita tai muuten twiittaaajan mielenkiintoiseksi arvioimaa sisältöä. Mainostus ei kuitenkaan ollut erityisen aggressiivista, kuten eivät olleet imperatiivitkaan. Kolmas funktio eli kommentti tai kannanotto painottui raportoidun asian tai lukijan huomion ohjaamisen sijaan vahvasti kirjoittajan henkilökohtaisen mielipiteen ilmaisuun. Tässä funktiossa kekeistä oli siis omien arvioiden ja suhtautumisen ilmaisu, argumentointi ja näiden kautta myös itsensä asemointi. Mielipide saatettiin ilmaista esimerkiksi kiitoksena tai kritiikkinä ja usein funktio ilmeni keskustelutwiiteissä, joissa asemoitiin itseä suhteessa muihin ja muiden mielipiteisiin. Neljäs funktio oli *minää* rakentava, sillä twiitit kertoivat tarinoita ja antoivat kuvauksia kirjoittajien elämästä. Ne

toivat eksplisiittisesti kielen tasolla esiin kirjoittajan roolia ja itsetiedostavaa suhtautumista itseensä, ja saattoivat sisältää viittauksia hyvinkin henkilökohtaiseen elämään, kuten perheeseen ja kotiin.

Käyttäjätunnukset lisäsivät selvästi twiiteissä näkyviä osallistujia ja niiden avulla voitiin osoittaa erilaisia rooleja. Sosiaalisen median ilmiönä käyttäjätunnukset olivat merkittävä keino osoittaa keskustelutwiitti jollekin, puhutella, osoittaa lainatun äänen lähde, mainostaa tai kontekstoida, merkitä kuvassa esiintynyt henkilö, merkitä kanssatoimija tai kiittää julkisesti. Julkiset kiitokset ja kehut olivat erityinen tapa sitouttaa osallistujia toisiinsa ja nostaa molempien osapuolten statusta joko kiittävänä ja suosittelevana tai kiiteltävänä ja suositeltavana. Muilla erisnimillä nimettiin representoituja osallistujia ja nimien valinta saattoi joko sosiaalisesti lähentää tai etäännyttää nimettyä kirjoittajasta. Twiiteissä saatettiin puhutella myös kuvitteellisesti tai käydä kuvitteellista keskustelua oletettujen toisten äänten kanssa. Pronomineja aineistossa oli vain hyvin vähän, ja ne olivat harvinainen keino osoittaa osallistujia twiiteissä, sillä hyvin lyhyissä teksteissä ei ole tarvetta viittaussuhteille.

Multimodaalisesta sisällöstä kuvat olivat merkittävin intepersoonaisuuden rakentaja. Niiden avulla kirjoittaja saattoi joko esittäytyä lukijalle tai kutsua lukijan katsomaan yhdessä jotakin. Henkilökuvissa suora katse loi lukijoihin sitouttavan näennäissosiaalisen yhteyden, ja mitä lähempää kuva oli otettu, sitä henkilökohtaisemmin kuvattu esittäytyi lukijalle. Kuvattu saattoi esiintyä yhdessä muiden tunnettujen julkisuudenhenkilöiden kanssa, mikä lisäsi hänen statustaan julkikkosena, tai sitten kuvassa saattoi olla niin sanottuja tavallisia ihmisiä, mikä teki kuvasta helpommin lähestyttävän. Aineistossa runsaat hashtagit olivat enimmäkseen kontekstoivia, tai nimesivät twiittien aiheita, mutta toisinaan ne ilmaisivat myös suhtautumista, osoittivat osallistujia, sekä loivat huumoria ja leikkisyyttä. Hashtageilla mainostettiin ja ylläpidettiin myös omaa ammatillista roolia esimerkiksi nimeämällä televisio-ohjelmia, joissa kirjoittaja esiintyi, tai osoittamalla aihealueita, jotka kuuluivat kirjoittajan asiantuntemukseen. Linkkien avulla suositeltiin huomionarvoista sisältöä, haettiin huomiota omalle sisällölle ja osoitettiin pätevyyttä kuratoida sisältöjä toisten hyödyksi. Jos linkki ei ohjannut kirjoittajan omaan sisältöön, sen ohessa oli usein kirjoittajan arvio tai suhtautumisen ilmaus. Emojit, hymiöt ja tunneikonit olivat aineistossa hyvin harvinaisia keinoja osoittaa suhtautumista, keventää tunnelmaa tai vahvistaa twiitin sanomaa. Suuraakkoset ja rivitys olivat harvoin käytettyjä keinoja selkeyttää sanomaa ja painottaa kirjoittajan mielestä tärkeimpiä asioita.

Twiiteissä kerrottiin runsaasti tarinoita ja annettiin tilannekuvauksia, mutta toisaalta verbien jättäminen pois oli selvästi keino sopeutua rajoitettuun merkkimäärään. Osallistujat ilmenivät verbeistä harvemmin kuin esimerkiksi nimistä ja melko samalla todennäköisyydellä riippumatta siitä, oliko kyseessä kirjoittaja, lukija vai representoidut osallistujat. Yleisin modaalinen lausetyyppi oli deklaratiiivinen (75 % twiiteistä), jolla raportoitiin, väitettiin ja asetettiin mielipiteitä. Imperatiivisia oli vain noin 7 % aineiston twiiteistä, ja useimmiten näissä tapauksissa houkuteltiin lukijaa kirjoittajan luoman sisällön luokse. Interrogatiivisia twiittejä oli noin 9 %, mutta näistä selvästi suurin osa oli

retorisia kysymyksiä, joilla ei todellisuudessa haettu mitään vastausta tai toimintaa. Retoriset kysymykset olivat usein negatiivisesta varautuneita. Modaalisten lausetyyppien ulkopuolelle jäivät twiitit olivat lauserakenteettomia huudahduksia ja osoituksia. Modaaliverbejä ja modaalisia konstruktioita käytettiin 82 twiitissä ja niillä ilmaistiin useimmiten positiivisia kuten toivottavia ja mahdollisia asi-antiloja. Konditionaali taas oli 25 twiitissä käytetty keino lieventää twiiteissä asetettuja ehdotuksia ja mielipiteitä.

Aineistossa lähes kaikki noin sadassa twiitissä esiintyneet adjektiivit ilmaisivat selvästi kirjoittajan suhtautumista ja arvioita, eli ne olivat modaalisia. Sen sijaan esimerkiksi välttämättömyyttä tai mahdollisuutta ilmaisevia modaalisia adjektiiveja ei juurikaan ollut. Modaalisia partikkeleita ja adverbeja oli määrällisesti adjektiiveja enemmän, sillä niitä oli kaikkiaan noin 250 kappaletta, mutta ne vihjasivat yleensä adjektiiveja hienovaraisemmin muista mahdollisista mielipiteistä ja kirjoittajan suhtautumisesta. Ne sävyttivät, kommentoivat, vahvistivat ja lievensivät sanomaa. Leksikaaliset valinnat ilmaisivat myös kirjoittajan suhtautumista ja asettivat häntä tiettyihin ryhmiin, joilla on tietyt tiedot ja tietyt asenteet. Lukijoiden oletetaan tietenkin ymmärtävän merkityksiä näiden valintojen takana. Kieli saattoi vaihdella myös laajemmin esimerkiksi rekisterin tai murteen osalta, kun haluttiin ilmaista tietynlaista identiteettiä tai vaihdeltiin erilaisten aihepiirien ja tilanteiden välillä. Kielen vaihtuminen englanniksi palveli laajempaa yleisöä ja osoitti myös kirjoittajan hallitsevan kieltä.

Aineistoni julkisuudenhenkilöt käyttivät Twitteriä rakentaakseen ja ylläpitääkseen omaa rooliaan ja statustaan, ja kävivät melko ahkerasti myös keskustelua seuraajiansa ja muiden julkisuuden henkilöiden kanssa. Keskusteluaktiivisuus kuitenkin vaihteli selvästi henkilöittäin, kuten myös esimerkiksi kuvien julkaisu tai modaalisten adverbien ja partikkeleiden käyttö. Osallistujaroolien rakentuminen vaihteli siis kirjoittajittain ja tähän vaihteluun vaikutti kirjoittajan ammatillinen, kielenulkoinen rooli.

6.2 Päättäntö

Tässä työssä on tutkittu systeemis-funktionaalisen teorian tuella sitä, miten osallistujaroolit eli interpersoonaiset merkitykset rakentuvat suomalaisten julkisuudenhenkilöiden twiiteissä eri piirteiden kautta. Twiittejä on analysoitu multimodaalisina kokonaisuuksina, joissa merkitykset muodostuvat sekä kielen että multimodaalisen aineksen piirteissä. Huomioon on otettu myös twiittien moniulotteinen konteksti, jossa erityisen tärkeää on ollut julkisuudenhenkilöiden ammatillinen ja julkinen rooli, jonka vaikutuksessa he ovat aineiston twiittejä kirjoittaneet. Tämä työ on välttänyt institutionaalisten ja valmiiksi hyvin normitettujen tekstien tutkimusta, ja on niiden sijaan paneutunut sääntelemättömiin twiitteihin, jotka eivät vahvista ajatusta prototyyppisistä teksteistä. Työssä ei ole niinkään pyritty

määrittelemään twiittejä tekstilajina, vaan ennemmin on vastattu esitettyyn haasteeseen tutkia ja identifioida tekstien kommunikatiivisia päämääriä, jotka toki osaltaan rakentavat tekstilajeja. Aineistosta onkin analyysin lopputuloksena tunnistettu neljä twiittien funktiota tai kommunikatiivista päämäärää, joissa merkittäviä ovat osallistujaroolien ja piirteiden erilaiset suhteet. Tulokseksi on saatu myös määrellisiä ja laadullisia huomioita siitä, miten eri piirteet muodostavat osallistujarooleja twiiteissä.

Teoriaosuudessa käsiteltiin tekstilajeja ja työssä on esitetty pohdintaa siitä, voiko ja kannattaako twiiteistä puhua tekstilajina. Tulosten perusteella twiiteillä ei ole vakaalle tekstilajille ominaista rakennepotentiaalia, eikä twiiteille voi määritellä yhtä prototyyppiä, jossa esiintyisivät tietyt piirteet tietyssä järjestyksessä. Yhdeksi nimenomaan twiiteille ominaiseksi piirteeksi voisi lukea käyttäjätunnukset ja hashtagit, jotka ovat monikäyttöisiä välineitä kohdistaa tekstejä, puhutella ja ohjata tulkintaa. Toki nämä ominaisuudet ovat hiljalleen levinneet muuallekin sosiaaliseen mediaan, mutta twiittien tiukan rajatusta merkkimäärässä niiden merkitys on korostuneempi kuin muualla. Twitterin julkaisutilaa on käytetty monenlaiseen julkisuudenhenkilöiden itseilmaisuun, oli se sitten vahvan itsetiedostavaa *minän* rakentamista tai neutraalia tapahtumaraportointia, joka sekin kertoo kirjoittajansa kiinnostuksenkohteista. Julkisuudenhenkilöt kirjoittavat twiittejä ylläpitäen ja rakentaen edelleen omaa julkista ja ammatillista rooliaan. Jos twiiteistä halutaan puhua tekstilajina, tämän työn perusteella kyseessä on hyvin sääntelemätön lyhyiden tekstien joukko, jolla kirjoittajat osallistuvat maailmaan sosiaalisessa mediassa. Tärkeää twiiteissä tekstinä on se, että sosiaalisessa kanssakäymisessä ne asemoivat vahvasti kirjoittajansa tietynlaisia aiheita käsitteleväksi, tietynlaisia lukijoita puhuttelevaksi ja tietynlaista kieltä käyttäväksi osallistujaksi. Twiitin kielellinen ja multimodaalinen koostumus on vapaa, koska se on kulloisenkin kirjoittajansa harkittu tai harkitsematon kuva. Tässä mielessä Twitter on vapaa, tasa-arvoinen ja avoin osallistumisen areena, koska ei ole mitään tiettyä muottia, jonka mukaan kirjoittajien odotetaan kirjoittavan twiittinsä. Twiitit voivat varioida ilman sisällöllistä, muodollista tai tyyllillistäkään sidosta, mutta jokainen niistä rakentaa kuitenkin kirjoittajansa roolia sosiaalisessa mediassa. Yhdistävänä kehyksenä twiittien ympärillä toimivat nimi, pieni profiilikuva ja käyttäjätunnus, jotka aloittavat jokaisen twiitin ja liittävät näin kaikki twiitit osaksi maailmaa, jonka twiittaaaja kokee merkitykselliseksi.

Työn alussa on esitetty hypoteesi, että twiiteille on ominaista rakentaa ihmisten välisiä suhteita ja erilaisia rooleja sekä osoittaa suhtautumista, jolloin twiiteissä operoitaisiin yleisesti osallistujaroolien alueella. Aineistosta löytyi yksiäänisiä kategorisia väitteitä, joissa osallistujaroolien merkitys oli lähes olematon, mutta enimmäkseen twiiteissä ilmaistiin runsaasti omaa suhtautumista, asemoiduttiin suhteessa muihin ja muiden mielipiteisiin, mainostettiin ja osallistuttiin aitoon vuorovaikutukseen. Twiitit olivat siis selkeästi tekstejä, joilla osallistuttiin maailmaan, sillä niiden avulla kirjoittajat asettivat itsensä ja mielipiteensä mukaan ajankohtaiseen keskusteluun. Twitterin lähtökohta sosiaalisena mediana on kirjoittajien oma henkilökohtainen tietämys, kokemus ja rooli, jonka läpi

asiat suodattuvat. Mikro-julkisuus on olennainen osa palvelua, jossa jokainen pyrkii enemmän tai vähemmän vetoamaan lukijoihin ja saamaan oman äänensä kuuluviin pituudeltaan hyvin rajatussa tilassa. Rajattu merkkimäärä tietenkin suosii niitä, jotka osaavat käyttää kieltä ytimekkäästi, vaikuttavasti ja persoonallisesti. Julkisuudenhenkilöillä lukijakunta odotuksineen on jo kuitenkin osittain valmiina, joten lukijoiden huomion saadakseen heidän ei tarvitse ponnistella niin paljon.

Twiiiteihin on tässä työssä otettu vain yksi näkökulma suomalaisten julkisuudenhenkilöiden ja kielen piirteissä rakentuvien osallistujaroolien kautta. Aineisto on koostunut vain tunnettujen, menestyneiden ja hyvin kirjoitustaitoisten miestwiittaajien twiiteistä, ja twiittaajien vahvat julkiset roolit ovat väistämättä ohjanneet twiittien analyysia. Twiiteissä on vielä paljon tutkittavaa, sillä jos aineisto laajenisi ja levenisi myös muihin twiittaajiin, hahmottuisi yleisempi kokonaiskuva twiittaamisesta. Millaista osallistumista löytyisi esimerkiksi Twitterin parodiatileiltä, Twitter-runoja julkaisevilta käyttäjiltä tai nuorilta tytöiltä? Millaisia olisivat tulokset, jos twiittaajien kielenulkoinen rooli ei olisi lainkaan tiedossa ja yhden kirjoittajan eri twiittejä ei kykenisi yhdistämään keskenään? Entä voisiko twiiteissä huomata jonkinlaista kehittymistä, jos niitä tutkisi ajallisesti pidemmältä jaksolta tai esimerkiksi uusilta Twitterin käyttäjiltä verrattuna vanhempiin konkareihin? Muun muassa nämä kysymykset jäävät odottamaan tulevaa tutkimusta. Tämä työ on keskittynyt vain kielen intersubjektiseen metafunktion, mutta syvempi ymmärrys twiittien merkityksistä vaatisi myös ideationaalisen ja tekstuaalisen metafunktion huomioimista. Ajoittain onkin ollut haastavaa sulkea tutkimuksesta pois muut metafunktiot, sillä niillä kaikilla on vaikutuksensa twiiteihin.

Vaikka twiiteistä ei voi puhua vakiintuneena tekstilajina, on tässä työssä tutkituissa twiiteissä kuitenkin joitain kielen ja multimodaalisen aineksen piirteitä, jotka toistuvat useammin kuin muut. Suomalaisten julkisuudenhenkilöiden twiiteissä raportoidaan, kohdistetaan lukijoiden huomiota kuviin ja linkkeihin, kommentoidaan ja otetaan kantaa sekä kirjoitetaan itsestä. Twitteristä on puhuttu paljon reaaliaikaisen tiedonvälityksen areenana ja aineiston twiittaajat ovatkin melko säännöllisesti kirjoittaneet twiittejä, joissa he ilmaisevat, mikä heidän mielestään on juuri sillä hetkellä tärkeää. Tuhannet seuraajat ovat kiinnostuneita heidän twiiteistään ja täten juuri näiden henkilöiden twiiteistä otetaan helposti mallia omaan twiittailuun ja omaan tapaan osallistua maailmaan twiiteillä. Twitter on edelleen monille uusi ja tuntematon, joten julkisuudenhenkilöiden tarjoama suosittu malli antaa suuntaa sille, mihin twiitit teksteinä ovat kehittymässä. Tämän työn perusteella twiitit vakiintumattomana tekstilajina ovat menossa suuntaan, jossa jokainen asemoi ja rakentaa niillä omaa rooliansa tietynlaisena sosiaalisena osallistujana.

LÄHTEET

AHO, TOMMI 2014: *#Nokia. Fantasiat Nokian ja Microsoftin välisen yrityskaupan jälkeisessä Twitter-keskustelussa*. Pro gradu -tutkielma. Tampereen yliopiston viestinnän, median ja teatterin yksikkö.

ALASILTA, ANJA 2009: *Blogi tulee töihin*. Keuruu: Infor Oy.

ALHO, IRJA – KAUPPINEN, ANNELI 2009: *Käyttökielioppi*. Suomalaisen kirjallisuuden seuran toimituksia 1154. Toinen tarkistettu painos. Hämeenlinna: Kariston Kirjapaino Oy.

BAHTIN [BAKHTIN], M. M. 1986: The problem of speech genres. – CARYL EMERSON – MICHAEL HOLQUIST (toim.) *Speech genres and other late essays* s. 60–102. Austin: University of Texas Press.

BARTON, DAVID – LEE, CARMEN 2013: *Language online. Investigating digital texts and practices*. Oxfordshire: Routledge.

CRYSTAL, DAVID 2011: *Internet linguistics. A student guide*. Oxfordshire: Routledge.

ELORANTA, ANNIINA 2015: *#Vaalit2015. Live-tviittaaminen vaalikeskustelun aikana*. Pro gradu -tutkielma. Tampereen yliopiston viestinnän, median ja teatterin yksikkö.

GEORGAKOPOULOU, ALEXANDRA 2007: *Small stories, interaction and identities*. Studies in Narrative 8. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company.

HAAKANA, MARKKU – KALLIOKOSKI, JYRKI (toim.) 2005: *Referointi ja moniäänisyys*. Tietolipas 206. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

HALLIDAY, M. A. K. 1973: *Explorations in the functions of language*. Explorations in language study. London: Edward Arnold (Publishers) Ltd.

HALLIDAY, M. A. K. – MATTHIESSEN, CHRISTIAN M. I. M. 2014 [1985]: *Halliday's introduction to functional grammar*. Neljäs tarkistettu ja korjattu painos. Oxfordshire: Routledge.

HEIKKILÄ, ELINA 2006: *Kuvan ja tekstin välissä. Kuvateksti uutiskuvan ja lehtijutun elementtinä*. Suomalaisen Kirjallisuuden Seuran Toimituksia 1065. Helsinki: Hakapaino Oy.

HEIKKINEN, VESA (toim.) 2009: *Kielen piirteet ja tekstilajit. Vaikuttavia valintoja tekstistä toiseen*. Tietolipas 229. Kotimaisten kielten tutkimuskeskuksen julkaisuja 157. Hämeenlinna: Kariston Kirjapaino Oy.

HEIKKINEN, VESA – VOUTILAINEN, EERO – LAUERMA, PETRI – TIILILÄ, ULLA – LOUNELA, MIKKO (toim.) 2012: *Genreanalyysi - tekstilajitutkimuksen käsikirja*. Kotimaisten kielten keskuksen julkaisuja 169. Helsinki: Gaudeamus Oy.

HEIKKINEN, VESA – VOUTILAINEN, EERO 2012: Genre – monitieteinen näkökulma. – Vesa Heikkinen, Eero Voutilainen, Petri Lauerma, Ulla Tiililä & Mikko Lounela (toim.) *Genreanalyysi - tekstilajitutkimuksen käsikirja* s. 17–50. Kotimaisten kielten keskuksen julkaisuja 169. Helsinki: Gaudeamus Oy.

HEIKKINEN, VESA 2012: Teksti. – Vesa Heikkinen, Eero Voutilainen, Petri Lauerma, Ulla Tiililä & Mikko Lounela (toim.) *Genreanalyysi - tekstilajitutkimuksen käsikirja* s. 59–66. Kotimaisten kielten keskuksen julkaisuja 169. Helsinki: Gaudeamus Oy.

HEIKKINEN, VESA – LAUERMA, PETRI – TIILILÄ, ULLA 2012: Intertekstuaalisuus. – Vesa Heikkinen, Eero Voutilainen, Petri Lauerma, Ulla Tiililä & Mikko Lounela (toim.) *Genreanalyysi - tekstilajitutkimuksen käsikirja* s. 100–111. Kotimaisten kielten keskuksen julkaisuja 169. Helsinki: Gaudeamus Oy.

HEIKKINEN, VESA – LOUNELA, MIKKO – VOUTILAINEN, EERO 2012: Aineistot ja niiden käyttö tekstilajitutkimuksessa. – Vesa Heikkinen, Eero Voutilainen, Petri Lauerma, Ulla Tiililä & Mikko Lounela (toim.) *Genreanalyysi - tekstilajitutkimuksen käsikirja* s. 325–350. Kotimaisten kielten keskuksen julkaisuja 169. Helsinki: Gaudeamus Oy.

HOOLI, NIKU 2014: *Uuden ajan satiiria. Pakinan jalanjäljillä – sisällönanalyysi suomalaisesta Twitter-parodiasta*. Pro gradu -tutkielma. Tampereen yliopiston viestinnän, median ja teatterin yksikkö.

KIELITOIMISTON SANAKIRJA 2016: *Hashtag*. Kotimaisten kielten keskus ja Kielikone Oy.
<http://www.kielitoimistonsanakirja.fi/netmot.exe?motportal=80> (11.1.2016).

KNOBEL, MICHELE – LANKSHEAR, COLIN 2007: Online memes, affinities, and cultural production. – Knobel, Michele – Lankshear, Colin (toim.) *A new literacies sampler* s. 199–227. New York: Peter Lang Publishing.

KNOX, JOHN S. 2009: *Punctuating the home page. Image as language in an online newspaper*. *Discourse & Communication* 3/2 s. 145–172. SAGE Publications.

KOPIOSTO RY 2016: *Siteeraus tieteellisessä tutkimuksessa*. Kopiraitti-verkkosivusto. <http://kopiraitti.fi/aineistojen-kaytto-tutkimuksessa/siteeraus-tieteellisessa-tutkimuksessa/> (11.1.2016).

- KORTESUO, KATLEENA 2012: *Tekstiä ruudulla. Opas tehokkaaseen verkkokirjoittamiseen*. Management Institute of Finlandin kirjasarja ammattilaisille. Vantaa: Hansaprint Oy.
- KRESS, GUNTHER – VAN LEEUWEN, THEO 1996: *Reading Images. The grammar on visual desing*. London: Routledge.
- KUULA, ARJA 2015: *Tutkimusetiikka. Aineistojen hankinta, käyttö ja säilytys*. Vantaa: Hansaprint Oy.
- LANTTO, HANNA 2015: *Twitter-viestinnän teemat. Twiittaava toimitusjohtaja yrityksen viestin viejänä*. Pro gradu -tutkielma. Vaasan yliopiston filosofinen tiedekunta.
- LAUERMA, PETRI 2012: Tekstityyppi. – Vesa Heikkinen, Eero Voutilainen, Petri Lauerma, Ulla Tiililä & Mikko Lounela (toim.) *Genreanalyysi - tekstilajitutkimuksen käsikirja* s. 67–69. Kotimaisten kielten keskuksen julkaisuja 169. Helsinki: Gaudeamus Oy.
- LUUKKA, MINNA-RIITTA 2002: M.A.K. Halliday ja systeemis-funktionaalinen kielitiede. – Dufva, Hannele – Lähteenmäki, Mika (toim.) *Kielentutkimuksen klassikoita* s. 89–123. Jyväskylän yliopiston soveltavan kielentutkimuksen keskus.
- MANTILA, HARRI 2004: *Murre ja identiteetti*. Virittäjä 3/2004 s. 322–346.
- MARTIN, J. R. – ROSE, DAVID 2007: *Working with discourse. Meaning beyond the clause*. London: Continuum International Publishing Group.
- MARWICK, ALICE E. – BOYD, DANAH 2010: *I tweet honestly, I tweet passionately. Twitter users, context collapse, and the imagined audience*. New Media and Society 13/1 s. 114–133. SAGE Publications.
- MIKKONEN, KAI 2012: Multimodaalisuus ja laji. – Vesa Heikkinen, Eero Voutilainen, Petri Lauerma, Ulla Tiililä & Mikko Lounela (toim.) *Genreanalyysi - tekstilajitutkimuksen käsikirja* s. 296–308. Kotimaisten kielten keskuksen julkaisuja 169. Helsinki: Gaudeamus Oy.
- MYERS, GREG 2010a: *Discourse of blogs and wikis*. Continuum discourse series. London: Continuum International Publishing Group.
- 2010b: *Stance-taking and public discussion in blogs*. Critical Discourse Studies 7/4 s. 263–275. Routledge.
- MÄNTYNEN, ANNE – SHORE, SUSANNA – SOLIN, ANNA (toim.) 2006: *Genre - tekstilaji*. Tietolipas 213. Helsinki: Suomalaisen kirjallisuuden seura.

MÄNTYNEN, ANNE 2006: Näkökulmia tekstin ja tekstilajien rakenteeseen. – Mäntynen Anne, Shore Susanna & Solin Anna (toim.) 2006: *Genre - tekstilaji* s. 42–71. Tietolipas 213. Helsinki: Suomalaisen kirjallisuuden seura.

NUMMELA, TONI 2013: *Reaaliaikainen Suomi-Twitter-laskuri, kuinka se toimii?* Ihmisen ja tekniikan välissä -blogi. <http://www.toninummela.com/blog/2013/05/reaaliaikainen-suomi-twitter-laskuri.html> (11.1.2016).

OXFORD DICTIONARIES 2015: *Oxford Dictionaries word of the year 2015 is...* OxfordWords blog. Oxford University Press. <http://blog.oxforddictionaries.com/2015/11/word-of-the-year-2015-emoji/> (11.1.2016).

PAGE, RUTH E. 2012a: *Stories and social media: Identities and interaction*. Routledge studies in sociolinguistics. New York: Routledge.

————— 2012b: *The linguistics of self-branding and micro-celebrity in Twitter. The role of hashtags*. Discourse & Communication 6/2 s. 181–201. SAGE Publications.

PYHÄLAHTI, MINNA 2014: *Twitter-tiivistämisen onni*. Kotimaisten kielten keskuksen Kielipalsta. <http://www.kotus.fi/index.phtml?s=6272> (11.1.2016).

PÖNKÄ, HARTO 2014: *Sosiaalisen median käsikirja*. Jyväskylä: Docendo Oy.

RIDELL, SEIJA 2006: Genre ja mediatutkimus. – Mäntynen Anne, Shore Susanna & Solin Anna (toim.) 2006: *Genre - tekstilaji* s. 184–213. Tietolipas 213. Helsinki: Suomalaisen kirjallisuuden seura.

RIIHENTUPA, TIMO 2014: *Twitter - reaaliaikaisuuden päätepiste?* Akateeminen verkkolehti WiderScreen 3-4. <http://widerscreen.fi/numerot/2014-3-4/twitter-reaaliaikaisuuden-paatepiste/> (11.1.2016).

ROINE, JANI 2010: *Mitä teen ja missä olen? Läsnäoloa mikroblogin välityksellä*. Pro gradu -tutkielma. Tampereen yliopiston tietojenkäsittelytieteiden laitos.

SCOTT, KATE 2015: *The pragmatics of hashtags: Inference and conversational style on Twitter*. Journal of Pragmatics 81 s. 8–20. Elsevier.

SHORE, SUSANNA 2012a: Kieli, kielenkäyttö ja kielenkäytön lajit systeemis-funktionaalisessa teoriassa. – Vesa Heikkinen, Eero Voutilainen, Petri Lauerma, Ulla Tiililä & Mikko Lounela (toim.) *Genreanalyysi - tekstilajitutkimuksen käsikirja* s. 131–157. Kotimaisten kielten keskuksen julkaisuja 169. Helsinki: Gaudeamus Oy.

——— 2012b: Systeemis-funktionaalinen teoria tekstien tutkimisessa. – Vesa Heikkinen, Eero Voutilainen, Petri Lauerma, Ulla Tiililä & Mikko Lounela (toim.) *Genreanalyysi - tekstilajitutkimuksen käsikirja* s. 158–185. Kotimaisten kielten keskuksen julkaisuja 169. Helsinki: Gaudeamus Oy.

SOLIN, ANNA 2006: Genre ja intertekstuaalisuus. – Mäntynen Anne, Shore Susanna & Solin Anna (toim.) 2006: *Genre - tekstilaji* s. 72–95. Tietolipas 213. Helsinki: Suomalaisen kirjallisuuden seura.

STEVER, GAYLE S. – LAWSON, KEVIN 2013: *Twitter as a way for celebrities to communicate with fans. Implications for the study of parasocial interaction*. North American Journal of Psychology 15/2 s. 339–354.

SVINHUFVUD, KIMMO 2014: *Pieni Twitter-opas*. Kokonaisvaltainen kirjoittaminen -blogi. <http://www.kokonaisvaltainenkirjoittaminen.fi/2014/01/30/pieni-twitter-opas/> (11.1.2016).

SWALES, JOHN M. 1990: *Genre analysis. English in academic and research settings*. The Cambridge applied linguistics series. Cambridge: Cambridge University Press.

TEKIÄNOIKEUSLAKI 8.7.1961/404. <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1961/19610404> (11.1.2016).

TIITTULA, LIISA 2012: Eettiset kysymykset tekstin- ja diskurssintutkimuksessa. – Vesa Heikkinen, Eero Voutilainen, Petri Lauerma, Ulla Tiililä & Mikko Lounela (toim.) *Genreanalyysi - tekstilajitutkimuksen käsikirja* s. 441–450. Kotimaisten kielten keskuksen julkaisuja 169. Helsinki: Gaudeamus Oy.

TOSSELL, CHAD C. – KORTUM, PHILIP – SHEPARD, CLAYTON – BARG-WALKOW, LAURA H. – RAHMATI, AHMAD – ZHONG, LIN 2012: *A longitudinal study of emoticon use in text messaging from smartphones*. Computers in Human Behavior 28/2 s. 659–663. Elsevier.

VENTOLA, EJA 2006: Genre systeemis-funktionaalisessa kielitieteessä. Esimerkkinä asiointitilanteet. – Mäntynen Anne, Shore Susanna & Solin Anna (toim.) 2006: *Genre - tekstilaji* s. 96–121. Tietolipas 213. Helsinki: Suomalaisen kirjallisuuden seura.

VISK = HAKULINEN, AULI – VILKUNA, MARIA – KORHONEN, RIITTA – KOIVISTO, VESA – HEINONEN, TARJA RIITTA – ALHO, IRJA 2004: *Iso suomen kielioppi*. Verkkoversio. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura. <http://scripta.kotus.fi/visk> (11.1.2016).

VOUTILAINEN, EERO 2012: Rekisteri. – Vesa Heikkinen, Eero Voutilainen, Petri Lauerma, Ulla Tiililä & Mikko Lounela (toim.) *Genreanalyysi - tekstilajitutkimuksen käsikirja* s. 70–76. Kotimaisten kielten keskuksen julkaisuja 169. Helsinki: Gaudeamus Oy.

WERLICH, EGON 1983: *A text grammar of English*. Heidelberg: Quelle und Meyer.

ZAPPAVIGNA, MICHELE 2011: *Ambient affiliation. A linguistic perspective on Twitter*. *New Media and Society* 13/5 s. 788–806.

————— 2012: *Discourse of Twitter and social media. How we use language to create affiliation on the web*. Continuum Discourse Series. London: Continuum International Publishing Group.